

光亜興産官民協働まちづくり実践講座全国エリアマネジメントトリレーシンポジウム(第18弾)

全国エリアマネジメントネットワーク

エリアマネジメントシンポジウム 2024

【事業報告書】

令和6年8月

京都大学経営管理大学院

令和6年8月30日(金)14:30-17:30

主催：全国エリアマネジメントネットワーク

共催：京都大学経営管理大学院 官民協働まちづくり実践講座

協力：森ビル株式会社

会場：虎ノ門ヒルズ ステーションタワー TOKYO NODE

開催形式：現地会場とオンライン配信のハイブリッド開催

目次

I. シンポジウム開催概要

- (1) 開催概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- (2) プログラム概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

II. シンポジウム議事録

- (1) ゲスト挨拶 国土交通省都市局まちづくり推進課長 須藤明彦氏・・・・・・・・ 3
- (2) session 1 インフォーマル・パブリック・ライフから考えるエリアマネジメント・・・・ 4
- (3) session 1 クロストーク・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1 3
- (4) session 2 エリアマネジメントに係わる私たち・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 4
- (5) 閉会挨拶 全国エリアマネジメントネットワーク会長 出口敦氏・・・・・・・・ 4 2

I. シンポジウム開催概要

(1)開催概要

- イベント名：エリアマネジメントネットワークシンポジウム 2024
『 “エリアマネジメント” の意味を考える 』
- 日 付：2024年8月30日(金) 14:30～17:30
- 場 所：虎ノ門ヒルズ ステーションタワー TOKYO NODE(現地会場とオンライン配信のハイブリッド開催)
- 主 催：全国エリアマネジメントネットワーク
- 共 催：京都大学経営管理大学院 官民協働まちづくり実践講座
- 協 力：森ビル株式会社
- テーマ：～エリアマネジメントの意味を考える～

エリアマネジメントと呼ばれる活動、事業が生まれ20年が経過した。この20年間で公的空間を活用した賑わい創出を中心に様々な活動、事業が展開され、係わる主体も広がってきた。また、エリアマネジメント組織も各地で生まれ、エリアマネジメントに従事する人々のすそ野も広がっている。

そのような中で、今回のシンポジウムでは何故、エリアマネジメント活動を行っていきべきなのか、そもそも私たちは何を指してエリアマネジメントに取り組んでいるのか、そういった足下を見つめ直す議論を行いたい。

このような問題認識の基、「インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール」を出版された飯田美樹様をゲストに、都市の中での居心地良さ、暮らしやすさの観点からエリアマネジメントを改めて考えるセッションとエリアマネジメントに携わる若手メンバーと中堅メンバーの対話によってエリアマネジメントそして、それに係わる人々を考えるセッションという2つのセッションを行い、これからのエリアマネジメントの意味を考えたい。

(2) プログラム概要

- ① 開会挨拶 国土交通省都市局まちづくり推進課長 須藤明彦 氏
- ② session 1
Presentation / インフォーマル・パブリック・ライフから考えるエリアマネジメント
Lumière 代表/カフェ文化、パブリック・ライフ研究家 飯田美樹 氏
- ③ <クロストーク>
スピーカー
Lumière 代表/カフェ文化、パブリック・ライフ研究家 飯田美樹 氏
全国エリアマネジメントネットワーク副会長/リージョンワーク
ス合同会社 後藤太一 氏
全国エリアマネジメントネットワーク幹事/森ビル株式会社 中裕樹 氏
- ④ session 2 / エリアマネジメントに係わる私たち
スピーカー
全国エリアマネジメントネットワーク副会長/札幌駅前通まちづ
くり株式会社代表取締役 内川亜紀 氏
有限会社ハートビートプラン代表取締役 園田聡 氏
- AMU35 現役メンバー
安田不動産株式会社/一般社団法人日本橋浜町エリアマネジメ
ント 浅野進 氏
公益財団法人中国地域創造研究センター/広島駅周辺地区まち
づくり協議会 金井れもん 氏
東京建物株式会社 川島あさひ 氏
三菱地所株式会社/特定非営利活動法人大丸有エリアマネジメ
ント協会 高山円香 氏
- モデレーター
東急株式会社/一般社団法人二子玉川エリアマネジメンツ 内野洋介 氏
NTT アーバンソリューションズ株式会社 山中佑太 氏
- ⑤ 閉会挨拶 全国エリアマネジメントネットワーク会長 出口敦 氏

II. シンポジウム議事録

【ゲスト挨拶：国土交通省都市局まちづくり推進課長 須藤明彦氏】

ただいまご紹介いただきました、国土交通省都市局まちづくり推進課長を務めております須藤明彦でございます。よろしくお願いいたします。

本シンポジウムの開催にあたりまして、一言ご挨拶を申し上げます。まず、関係者の皆様のご尽力により、本日のエリアマネジメントシンポジウム 2024 の開催が盛大に行われることに、深く敬意を表させていただきます。あわせて、本日ご参加の皆様におかれましては、シンポジウムというイベントのみならず、それぞれの地域において日々のまちづくり活動に取り組んでいただいていることに、深い敬意と感謝を申し上げるところでございます。

さて、都市政策とまちづくり政策の昨今の状況といたしましては、都市再生特別措置法の施工から 20 年の間に、都市の国際競争力の強化、まちなかの賑わい形成、都市の防災機能の確保など、官民一体となった取り組みを推進してきたところでございますが、近年では、一層の少子化、後期高齢者の増加などの高齢化の進展、単身世帯の増加傾向、働き手や働き方の多様化、AI の活用などのデジタル社会の進展、気候変動の加速、生物多様性確保への配慮、脱炭素化などのグリーントランスフォーメーションといった、都市を取り巻く環境や社会経済情勢の変化が日々起きております。そのため、これらの変化に対応し、人々を惹きつける魅力や都市の持つ多様性とイノベーション力を強化し、生産性を高めていくことが今まさに求められているところではないかと認識しております。国土交通省においても、官民が持つ空間をパブリックな場所としてまちに開き、多様な人々の出会いと交流を通じてイノベーションを創出し、人々のウェルビーイングを実現していくことによって、「居心地がよく歩きたくなるまちなかづくり」について、力強く施策を推進しております。また、多様な人を惹きつける個性的で魅力的なまちづくりには、既存ストックのリノベーションや公共空間の利活用などの取り組みが重要でございますが、それらを推進するためには、ハード面の整備だけではなく、エリアマネジメントの観点から、多様な関係者間でのビジョンの共有、連携体制の構築、官民連携のさらなる強化が重要です。そういった観点から、今後のまちづくりにおいてもエリアマネジメントの取り組みはますます重要になっていくものと考えておまして、国土交通省といたしましても、今後の都市再生政策のエリアマネジメントのあり方について、皆様からのご意見をいただければと考えているところです。本日のシンポジウムテーマは「エリアマネジメントの意味を考える」ですが、こちらのテーマは「エリアマネジメントの活動意義を見つめ直し、エリアの評価と密接な関係にあることを改めて知る」という思いを込めた、非常に大切なテーマであると思っております。本日のシンポジウムでの意見交換が今後の様々なまちづくりの取り組みに活かされることを強く期待しております。

最後に、全国エリアマネジメントネットワークの皆様の益々のご発展と、本シンポジウムの大成功を祈念し、私からの挨拶とさせていただきます。

【session 1：インフォーマル・パブリック・ライフから考えるエリアマネジメント】

飯田氏：

こんにちは。本日は、どうぞよろしくお願ひいたします。それでは、プレゼンテーションを始めさせていただきます。

初めに、簡単に自己紹介をさせていただきます。飯田美樹と申します。私はカフェ文化とパブリック・ライフの研究者として活動しておりまして、2008年に『カフェから時代は創られる』という本を出版しました。また、今ではフランス語と英語の通訳案内士もしておりまして、『インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール』という本も、今年の5月に発売させていただきました。私は『カフェから時代は創られる』という本を出版した後、子供が生まれて専業主婦になったのですが、家が手狭になってきたため、当時の夫が勤めていた場所から近い洛西ニュータウンというところに引っ越しをすることになった際、下見の時点で「何だか嫌だな」と感じるころがあったものの、「このまちの何が嫌なのか」と聞かれても何も反論ができない、という経験がございました。洛西ニュータウンというまち自体は京都市が初めてつくった計画都市なのですが、ル・コルビュジエの『輝く都市』で絶賛されるほど、非常に力を入れてつくられた、よくできた都市ではありました。こちらが洛西ニュータウンの写真ですが、このように、どこへ行ったとしても誰も人がいない、ということが典型的な日々でした。ただし、そういった日々の中でも「一所懸命このまちに適應して楽しもう」と心がけてベビーカーを引いて、児童館やママサークルといったところに出かけていたのですが、得体のしれない孤独が日に日に増していき、泣くことが増えていきました。また、ソファで子供に昆虫の絵本を読み聞かせをしていた際、「昆虫という生物は、子供を産むと自分が死んでしまう」ということが書いてあり、「母親というものは、そういうものなんだ」と思ったこともございました。そういった日々の中で、1冊目の『カフェから時代は創られる』の出版時にできた東大の先生方との繋がりから、「飯田さんの研究に近いことが書かれているから、オルデンバーグという人が書いた『The Great Good Place』という本を読むといいよ」と言われたことがあったのです。今ではサードプレイスの原著として有名な『The Great Good Place』も、当時はまだ翻訳されていなかったため、英語で読むしかありませんでした。ただ、そこで予期せぬ出会いがありました。『The Great Good Place』はサードプレイスやカフェの重要性が書かれた本なのですが、そちらの本を読んでいく内に、「私が抱えていた郊外の得体のしれない孤独と同じものを、アメリカの専業主婦も抱えていたんだな」ということがわかるようになってきたのです。そういった経緯で「サードプレイスやカフェに答えが書かれているのではないか」と思い、研究をしようとして心に決めた結果、2冊目の『インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール』を出版するにいたりました。

本日の議題では「インフォーマル・パブリック・ライフ」と言われておりますが、「そもそもインフォーマル・パブリック・ライフとはいったい何なのか」というお話をしたいと思ひます。日本では「サードプレイス」という言葉が先行しているため、「インフォーマル・パブリック・ライフ」という言葉を聞いたことがない方も多いのではないかと思ひます。実際、世界的にもわざわざ「インフォーマル」と言われることは少ないのですが、そういった状況の中でも、『The Great Good Place』を書かれたオルデンバーグという方は頻りに「インフォーマル」という言葉を使っております、

「インフォーマル・パブリック・ライフ」という言い方もしておりました。彼の言っていることを要約しますと、「もともと人間は、第一の場である家庭、第二の場である職場、第三の場である公共空間という 3 つの場所で精神的なバランスをとっていたけれど、現在のアメリカ社会はその内の家庭と職場という 2 つの柱だけですべてを背負ってしまっているため、家庭や職場に対する要求が過度になってしまった結果、どちらも上手くいっていないのではないか」ということを言っています。それから、「インフォーマル・パブリック・ライフ」というものの自体がどういうものなのかといいますと、この本の描写では「老若男女が気軽に行くことができ、気分転換ができる場所」ということにまとめられておりますが、広場、公園、川岸、海辺、市場、商店街といった場所を、イメージしていただければと思います。また、オルデンバーグは「サードプレイス」というものについて「インフォーマル・パブリック・ライフの中核となる存在だ」と主張していますが、サードプレイスとインフォーマル・パブリック・ライフの大きな違いとしては、「サードプレイスはお金を払うことが多い」という特徴があります。ですから、カフェ、パブ、ドイツのビアガーデンのように、お金を払ってゆっくりすることができるところがサードプレイスになる、ということです。また、オルデンバーグはアメリカの方なのですが、ヨーロッパでは、フランスのカフェ、イギリスのパブ、ドイツのビアホールなどで人々がストレスを発散しているのに対して、アメリカにはそういった場所がないため、「アメリカは社会的なストレスを個人的に解消しようとする傾向がある」ということもおっしゃっていました。ただ、自分自身でヨガやジョギングを始め、ジムに行き、お医者さんに通うことになりますと、結局、お金がない人はストレスを解消することすらできない、という悪循環が起こってしまいます。一方、「インフォーマル・パブリック・ライフ」というものは、「前向きで幸せなエネルギーで満ちていて、しばらく過ごしていると、先ほどまで悩んでいたことが消えていく場所」であり、「自分の知っている狭い世界だけが世界のすべてではなく、より広い世界があることに気がつき、誰かと言葉すら交わさなくても前向きな気分になって頑張ろうと思える場所」ではないかと私は考えております。

続いて、本日の会は「パブリック・ライフがなぜ重要なのか」という「WHY」の部分を考える会にしたいということでしたので、インフォーマル・パブリック・ライフの社会的意義について、お話しさせていただきたいと思っております。こちらのスライドは、ヴェネツィアのサンマルコ広場の写真です。続いて、シエナのカンポ広場の写真と、ニューヨークのブライアント・パークの写真です。それから、こちらはパリのパリ・プラーージュというイベントの写真なのですが、このように、夏の間だけセーヌ川とウルク運河一帯に本物の砂を敷き詰めてのんびりする、というイベントを行っているところもございます。続いて、こちらはフランスのディジョンという場所の写真なのですが、中央の半円状の広場がカフェのテラスで囲まれており、子供も遊ぶことができるようになっています。こういったものがインフォーマル・パブリック・ライフのイメージなのですが、基本的には、朝から晩まで、どのような時間帯でも人がいて、誰にでも開かれていて、ゆっくりと過ごすことが許される場所です。また、あたたかい雰囲気もあり、1人で訪れたとしても、誰かと一緒にいるような安心感があるため、気持ちが上向きになり、リラックスして幸せな表情をしながら過ごせる場所、ということもインフォーマル・パブリック・ライフの特徴です。私は本の中でヨーロッパのことばかり書いているため、私の著書を読まれた方の中には「日本にはインフォーマル・パブリック・ライフがないと言いたいのか？」と思われた方もいらっしゃるのかもしれませんが、日本にもインフォーマル・

パブリック・ライフはございます。たとえば、こちらは最近のものですが、南池袋公園や丸の内仲通りは、非常に力を入れていると思います。しかし、私が声を大にして言いたいことは、「たしかに伝統的には日本にもインフォーマル・パブリック・ライフはたくさんあったけれど、今は駆逐されてきている」ということです。こちらのスライドの右側が骨董市の例なのですが、骨董市に行きますと、お店のおじいさんやおばあさんに「これはいくら？」「まけて」という声をかけることもできますし、実際にもものを買わなかったとしても、その場に参加することはできます。それから、こちらは京都の円山公園のお花見の写真なのですが、このように縁台を出して楽しむという文化自体は昔から日本にありましたし、東京の中でも、浅草や上野のほうに行きますと、テラスのように席を出している居酒屋もいくつかあります。また、私が日本の中で一番優れたインフォーマル・パブリック・ライフであると思っている場所は奈良公園なのですが、奈良公園には鹿がいるため、老若男女問わず「かわいい」と言って喋ることもあるように、いろいろな人と喋ることによって出会いも生まれるのではないかと考えております。続いて、こちらは大阪の歴史博物館に飾ってある絵なのですが、このように、江戸時代は街道上に数多くの茶屋があり、町の人や旅人たちが出会ってのんびりと過ごせる場所が数多くあった一方で、今はそういった場所が駆逐されてしまい、徐々に減っていった、という歴史も見てくるのではないかと考えています。

なぜインフォーマル・パブリック・ライフが大事なのか」というお話をしていきたいと思っています。1点目が、「ソーシャルミックスを促す」ということです。そもそも、普通に生活をしていまして、自分の属する世界とまったく違う世界の方と交わること自体があまりないのかもしれませんが、優れたインフォーマル・パブリック・ライフにおいては、映画や雑誌などの現実離れした空間ではなく、「自分と同じ地平に本当に違う人がいる」ということを肌感覚で知ることができます。特に、「イタリアの広場はインクルーシブだ」ということは様々なところで言われていることですが、実際に私と息子がヴェネツィアのサンマルコ広場に行った際も、息子から「広場は0歳から99歳までの人が楽しめる場所なんだね」と言われたことがありました。日本の場合、小さな子供は公園やおもちゃ屋に連れて行って遊ぶことが普通なのではないかと思いますが、イタリアの広場にはおもちゃ屋はありませんし、滑り台やブランコのような遊具も、1つもありません。ですから、日本から来た子供ですら「誰でも楽しめる場所なんだね」と伝えてくるほど、「本当に子供も大人ものんびりして楽しめる場所なんだ」と思えるような経験をしたのではないかと考えているところです。続いて、こちらのスライドはヴェネツィアのサンマルコ広場の写真なのですが、ハトと戯れて、綺麗な景色を見て、カフェで生演奏を聞いて、こちらに少し水が溢れておりますが、そこで遊ぶ人もいて、皆さん思い思いに時間を過ごしています。それから、こちらはイタリアのルッカという場所の写真なのですが、男の人がシャボン玉をつくって、小さな子供たちが遊んで、おばあさんが買い物に行って、その周りのカフェでお茶をしている、というような風景が日常的に広がっています。続いて、こちらもイタリアのルッカの円形の広場の写真なのですが、よく見てみますと、円の真ん中に大道芸人のように歌っている人がいて、その人の周りで子供たちが踊り始めて、さらにその周りの人たちがなんとなく見ている、という景色があります。イタリアの都市研究をされている陣内先生も「リタイア後も男たちが出かけ、集い、充実したときを過ごすことができる場所と、人のネットワークというものがまちにあることが非常に素晴らしい」とおっしゃっています。特に日本は高齢化が非常に進んでいるため、こうした仕組みがまちにあるということは非常に大事なことなのではないかと思

っております。また、シニアになればなるほど「高齢者扱いされたくない」という気持ちをお持ちの方もいらっしゃるし、母親になればなるほど「昔のように若くてキラキラした場所に行きたい」という気持ちをお持ちの方もいらっしゃるため、そういった意味でも、充実したときを過ごすことができる場所は非常に大事になってくるのではないかと思います。続いて、こちらはイタリアのミラノに新しくできた広場の写真なのですが、IBMのように高級で新しい企業が入っている場所で、まさに格好良いイタリアの背広を着た人たちが通り過ぎるような場所にもかかわらず、広場の中央で子供たちが水遊びをしているという、度肝を抜かれるような光景を見ることができます。実はそこまで設計したうえでつくられている広場なのですが、水が深く溜まっているときは自転車を放り出して靴のまま水の中に入っている人もいるように、まさに「こういった場所がイタリアの広場なのだ」と感じられるのではないかと思います。続いて、インフォーマル・パブリック・ライフの2つ目の社会的意義としては、「カフェセラピー」というものが挙げられるのではないかと思います。要は、問題を抱えてカフェに行ったとしても、誰かと話していれば、お店を出る頃には重要な問題ではなくなっている、ということです。当然、いまのお話はカフェに限ったことではありませんが、たとえば、泣きそうな顔をしながら何らかのお店のドアを開けたとしても、誰かと話した結果、お店を出る頃には「行ってきます」と言えるくらい元気になる、ということはいつでも起こり得るわけです。なぜ人と話ただけで元気になるのかといいますと、インフォーマル・パブリック・ライフも同様ですが、大事なことは、1つの問題のことだけを考えるのではなく、「台風がくるみたいですね」という天気の話をしているだけでも頭の中を占める問題の割合が一時的に低下する、ということです。実際に人と話してみると、「世界は自分の抱えている問題だけでできているわけがなかった」ということが見えてきます。ですから、頻繁に言われていることですが、一番の問題は問題そのものではなく、「これが問題だ」と思って頭の中で騒ぎ立てている自分自身だ、ということです。そうすると、自分自身が騒ぎ立てなくなると、勝手に問題も解決していく、ということが起こるわけです。そういった意味では、今はマインドfulnessや瞑想が非常に有効だと言われておりますが、一般の方がセミナーに通わずにそういった方法を身につけるといって自体が非常に難しいのではないかと思います。一方、カフェセラピーであれば、まちのカフェに行く、インフォーマル・パブリック・ライフで大道芸を見る、というふうに、誰にでもできる非常に簡単な方法で行うことができますから、日常の中に取り入れやすいわけです。実際、ショーウィンドウを見て、カフェで話をして、大道芸を見ていると、視線だけではなく、心や思考も引っ張られていき、最初に抱えていた問題が大問題ではなくなっていく。たとえば、こちらはイギリスのロンドンの例ですが、フードコートのように様々なお店の食事が食べられる場所に大道芸がやってきて、オペラを歌って「皆で一緒に踊ろう」と言って踊る人を探していると、実際に踊っている人は当然ですが、周りの人も無料で見て楽しむことができるわけです。そういった意味では、先ほど申し上げましたように、インフォーマル・パブリック・ライフというものは、社会におけるストレスのガス抜きや浄化装置として機能するものだと私は考えております。続いて、3つ目の社会的意義は、「本来の自分自身になることができる」ということです。「本来の自分」というものがどんなものかといいますと、こちらはウィーンの例ですが、「第三の自分」ではないかと思っております。要は、第一の場、第二の場、第三の場があるように、私としては「人間にも第一の自分と第二の自分と第三の自分があって、それぞれの役割に縛られているのではないか」と思っているわけです。「第三の自分」という言葉は、母親としての自分、

上司としての自分、というものではなく、「厳しい社会規範や教育によって抑圧されずに何とか残った、忘れかけていた本来の自分」を指しています。一方、社会の中で求められる役割がハッキリしていればしているほど、人はその理想に適応しようとして、悲壮な努力をしてしまう傾向がありますが、そうしますと、徐々に仮面と自分の境目がわからなくなってしまい、「自分が誰なのかかわからない」ということも起こりがちです。エーリヒ・フロムも『自由からの逃走』の中で「偽の自己というものは、他人から期待されている役割を演じ、自分の名のもとにそれを行う代理人である」と言っていますが、「自分自身が他人から期待されている自分になってしまう」ということは、往々にして起こり得ることです。そして、適応圧力が強ければ強いほど、適応できない人は精神的に病んで体に支障をきたしてしまいますし、エリート競争から脱落してしまうということで、社会から突き放されてしまい、仕事と居場所を失う恐ろしさから、適応して疑問を抱くのをやめて保守的な人物になっていく傾向がございます。ですから、私がここで問題提起したいことは、オルデンバーグが「サードプレイスは人間にとって大事なことだ」と言ったように、「実は第三の自分こそが人間にとって重要なものとしたら、どうしますか？」ということ。そういうふうと考えていきますと、すべてがあべこべに見えてくるのではないかと思います。たとえば、「社会的な病だ」という烙印を押されたようなことも、それは古い社会システムに無理矢理適応しようとして起こってしまったアイデンティティ・クライシスなのかもしれません。そして、エーリヒ・フロムは「個人的な自己を捨てて、周囲の何百万という他の自動人形と同じになった人間は、もはや孤独や不安を感じる必要はない。しかし、彼の払う対価は高価である。すなわち、自己の喪失である」と言っていますが、そういったことを掛け合わせて考えていった結果、私としては、「人が自分らしく生きていくためには、自分らしくいられる場所と、そこで過ごせる時間の掛け算が必要なのではないか」と感じるようになりました。要は、自分らしくいられる場所があればあるほどインフォーマル・パブリック・ライフが充実して、人を惹きつける場所になるのではないかと、ということです。こちらは、イタリアのフィレンツェの橋の上で踊っている大道芸人たちの写真です。フィレンツェでは、夜に歩き始めると帰れないくらい、毎晩まちかどで様々なイベントが起きています。たとえば、実際に夜のフィレンツェを歩いていたとき、韓国の高校生か大学生くらいの学生たちが演奏していて、世界中の人が拍手喝采をしている場面に出会ったことがあるのですが、そういうふうにして、小さな広場であったとしても、本当に誰にでも開かれた劇場になっているまちがイタリアのフィレンツェなのです。ドゥオモ前の広場でも同じように、歌っている人がいて、それを周りの人たち皆が楽しんでいる、ということが夜通し繰り広げられているのですが、人を惹きつけてやまないまちは、そういったインフォーマル・パブリック・ライフが充実しているのではないかと考えております。

ここからは、手短かにインフォーマル・パブリック・ライフとまちとの関係性についてお話しします。まず、「なぜまちにとってインフォーマル・パブリック・ライフが大事なのか」といいますと、今はインターネットがあって、オンラインの在宅勤務が進んでおりますが、昔から言われていた「インターネットによって世界がフラット化する」という言説の通り、実際にインターネットによって世界が均衡化したのかといえますと、現状の世界はフラット化していないわけです。そういった意味では、リチャード・フロリダは「私が聞き取り調査をした人たちは、刺激的で創造的な環境を提供しているところに住みたいし、住む必要があると主張し続けた」と述べていましたが、実際にコロナ以前のパリやロンドンやニューヨークでは前代未聞の人口増加が続いていたように、「どうして人

がヨーロッパに行くのか」というと、人々が「ヨーロッパに行けばより良い期待ができるのではないか」「より自分らしく生きられるのではないか」という望みを持っていたからなのではないかな、と思っているわけです。続いて、本日こちらの場にいらっしゃる皆さんも考えられていることかと思いますが、「どうすれば自分の地域から若い世代の人口流出を食い止めて経済発展ができるのか」「どうすれば再び輝くことができるのか」ということは、まちづくりをされている方にとっての大きな課題ではないかと思います。そちらの問題については、リチャード・フロリダが「若い世代の人口流出を食い止めるための鍵は、高い能力を持つ人やクリエイティブな人を惹きつけることだ」と述べているのですが、要は、才能ある人たちが常に顔をあわせることができると、ビジネスのアイデアも生まれますし、きちんと実行に移される可能性も高いわけです。そうしますと、ビジネスが成功したことによって、よりアイデアが研ぎ澄まされ、より多くの人に係わり、より多くのビジネスチャンスになっていき、実際に集まることによる相乗効果も生まれるわけですから、「とにかく初めに才能のある人を集めることが鍵だ」と言っているわけです。それでは、どのようにすれば才能のある人を惹きつけられるのでしょうか。『ウォーカブルシティ入門』を書かれたジェフ・スペックさんは、「クリエイティブクラスや若い世代は、ストリートライフのあるコミュニティやウォーカブルな場所に好感を抱いている」と述べています。要は、Z世代の人も同様ですが、「経済的に栄えるためにはオフィスビルの繋がりだけでは不十分であり、文化的・社会的刺激に満ちたまちであることが重要だ」ということを言っているわけです。また、『World Cities Culture Report』というレポートにおいても、「グローバル市場においては、良い仕事があるだけでは十分とは言えない。才能ある人々は、活気ある都市での経験、フェスティバル、クラブ、アート、ギャラリーといったものを求め、素晴らしい食事を楽しみ、面白い人々に出会いたいと望んでいる」と言われています。ですから、大事なことは経済活動をみだすものはオフィス街やビルではなく、実際にそこで働く高い能力を持つ人々であるということで、「人が何を求めているのか」ということにフォーカスを当てることなのではないかと思っております。続いて、「エリートはストリートライフに惹きつけられる」ということは様々なところで言われておりますが、それでは、実際に人を惹きつけられるようなストリートライフとは一体どのようなものなのか、ということを考えてみようと思います。たとえば、今は「ウォーカブルシティ」という言葉が頻繁に使われておりますが、日本におけるウォーカブルシティというものは、基本的に「家から徒歩10分圏内にスーパーがある」「コンビニがある」「役所がある」「学校がある」というものを指すのではないかと思っております。そういった意味では、私が昔住んでいた、一見見た目の悪い京都の洛西ニュータウンという場所は、京都市が相当力を入れてつくった場所で、ル・コルビュジエの『輝く都市』でも絶賛されるような都市でしたから、相当点数の高いウォーカブルシティでした。たとえば、自然が豊かで、学校も豊富にあって、ショッピングセンターにも非常に多くのものが揃っていて、私の住んでいたところからも、大きな公園、ショッピングセンター、区役所、小学校、起点となるバス停、といった場所に5分から10分以内に行けるようになっていました。それから、歩車分離も徹底してしまし、街路樹も非常に美しかったため、「なぜこのまちが駄目なまちなのか」ということを論破することが非常に難しいような場所でした。それでは、それほどウォーカブルにできているまちであるにもかかわらず、なぜ私は頑張ろうとするほど気持ちが沈んでしまったのでしょうか。こちらが現在の洛西ニュータウンの中心地の写真なのですが、火曜日の18時でも非常に閑散としていて、台風の最中の東京のほうがよほ

ど栄えているように見えるのではないのでしょうか。こちらの写真を撮影したときは少し雨が降っていたのですが、私だけではなく、洛西ニュータウンを出て行く人は後を絶たないようですから、雨の問題ではないのではないかと思いますし、自分自身の経験としても、場所としては非常によくつくられていましたが、「自分は単なる子連れの主婦に過ぎない」といいますか、「画一的な経験しかできなかつた」ということは非常に感じております。要は、「自分自身でありたい」と願ったとしても、その気持ちを促す場所も、許容してくれる場所もほぼ存在せず、サードプレイスなどは論外だった、ということです。当時は地域の人たちの唯一の癒しの場として温泉があったのですが、最近はそのうちの温泉も 2500 円に値上げされてしまったということで、「皆通えなくなってしまった」という話を聞きました。他には、まちづくりを非常に頑張っている方々のコミュニティカフェも 1 軒あったのですが、そちらでは今晚のおかずや子育てについての相談はできたとしても、自分としての話はなかなかできませんでしたから、当時の私は、「2 人目の子供を産んで、団地の 1 室を購入して、周りにいるおばあさんたちと同じようになっていくことが答えなんだ」ということを毎日感じながら生きておりました。ただ、私がまちを去るとき、偶然まちづくりのイベントに招かれ、最後に勇気を出して「このまちに足りないものは知的刺激やセンスの良い本屋さんだ」と言ったところ、驚くことに、そちらのイベントに来ていた人たちの多くが頷いてくださったのです。ですから、私は当時 30 代の前半くらいでしたから、「特殊な私がわがままな話をしてしまっただけだ」と思っていたのですが、「60 から 70 代の男の人もそういうものを求めているのかもしれない」ということを初めて知って本当に驚きました。そういった意味では、画一的なものの見方や画一的な価値観の押し付けをして、「これさえあればいいでしょう」というデザインをしているまちもありますが、そういったものに違和感がある人は息苦しくなっていく、そこから脱出しようとすることもあるのではないかと感じております。まさに『インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール』の中で私が伝えたいと思っていることも同じなのです。要は、人を惹きつけるまちと人を去らせてしまうまちの一番の違いとしては「経験に対する開放性」があるということです。なぜクリエイティブクラスにパブリック・ライフの充実したまちが選ばれるのかといいますと、まさに、そういった場所こそが経験への開放性を促す場所だからです。リチャード・フロリダも、「芸術家や起業家の高度なクリエイティビティと新しい経験に対する好奇心旺盛で開放的な性格には、強い相関関係がある」と言っています。「経験への開放性」とは何なのかといいますと、自分が今まで属してきた絶対的な価値観とは違った新しい経験をしたときに、「なるほど、そんなものもありなのかもしれない」というふうに肯定的に捉えるということです。ですから、少なくとも否定的に捉えないということで、「あり得ない」と言って断罪することもなく、「そういうことは駄目」だとも言わない、ということです。また、経験への開放性が高ければ高いほど視野が広がっていき、より自由な発想が認められるようになるのです。実際に、大都市では地方よりも経験への開放性が高いところが見受けられます。たとえば、私は「本当に台風でも開催されるのかな」ということで本日のイベントが開催されるかどうかを気にしていたのですが、地方では商業施設がすべて閉まっていたとしても、東京では「開催してもいいかな」と思っている人が多いということで、まさに「経験への開放性が高いところではこういった違いがある」ということを感じました。それから、ニューヨークも開放性の高い場所の例として挙げられることが多いのですが、ブライアント・パークでは、人々がのんびりできるだけでなく、毎日非常に多くのイベントが開催されています。あとは、私が実際にポー

ランドで経験したこととしては、大型犬がいて、机の上に赤ちゃんが立っていて、男の店員さんが女の人のような恰好をして、緑色のネイルをしている、という異空間のようなカフェに入ったことがあります。日本の真面目な人からするとすべてにおいて宇宙とイイですか、異空間にいるような気分になって、周りの人は皆タトゥーをしている中で、「タトゥーをしていなくてごめんなさい」と感じてしまう。そういうふうに、「こんなに生真面目に生きていなくてもいい」と思うくらいのカフェに行ったことがあったのですが、そうすると自分が小さく思えてきて、「違う発想があってもいい」と感じたので、そういうところへ行くことも非常に大事なことはないかと思っております。一方、経験に対する開放性が低い場合、「そんなことはあり得ない」と言って、少しでも違うものはすぐにシャットアウトされてしまいます。たとえば「台風なのに営業するなんてありえない」ということもそうかもしれませんが、長年1つの価値観で育ってきた方が多い場所ほど開放性は非常に低くなりますし、子供や配偶者に対してもそういった価値観を当たり前のもので強要してしまい、映画や雑誌で他の世界を知ったとしても、「これは想像上の世界であって、自分には関係ない」と言ってシャットアウトしてしまう傾向もあります。一方、肌感覚で知っている経験の場合は、シャットアウトしようと思ったとしても、することができないものです。要は、自分の体験をシャットアウトしてしまうということは実際に体験した自分自身を否定することになってしまうため、「こういうこともあるんだ」ということを知っている自分自身を否定することはできないわけです。皆さんも実際に経験されると、一度は啞然とするかもしれませんが、「意外とイイものかもしれないね」というふうに変わっていくこともあるのではないかと思います。たとえば、私も今朝家を出る前は「台風なのに本当に行かないといけないのかな」と思っていたのですが、実際に外に出ると電車にも多くの人に乗っていましたから、「台風でも外に出ていいんだ」という気持ちになりましたし、そういうふうにして、「うちのまちでもこうしてみたらどうかな」ということで自分の殻を破って、枠が広がっていくところもあるのではないかと思っております。また、特にクリエイティブな人ほど経験に対する開放性を強く求めると言われています。なぜかといいますと、クリエイティブには「リスクを冒す能力」や「より先へ進んで新しいものを引っ張ってくる」という能力が必要かつ、「既存の考えに新しいヒントを加えて応用する」ということも大事だからです。そういった意味では、普段から新しい発見や刺激が生活圏にあることは非常に大事なことです。日本の場合、「物理的環境さえ揃っていれば人が来る」ということで、「海が近くて木材が豊富だから芸術家が引っ越してくるにはいいだろう」と思っていらっしゃる方がいらっしゃいますが、実際は、「異なる考え方を許容して新しいことを促すことによって、面白い人たちが集まっているかどうか」ということが非常に重要です。まとめますと、「経験に対する開放性」というものは、他では驚かれるようなことも許容され、「こういったこともあってもいいかも」と思えるかどうか、ということです。たとえば、イタリアには様々な事例があります。イタリアの海岸に行きますと、ビルの2階ほどの高さから男の人が飛び込もうとしていて、周りの人も「そんなことをすると死んでしまうのではないか」ということで見守っている中で、意を決し飛び込んで皆が拍手するということが毎度のように起こっています。また、クリエイティブな人の多くは「自分は違う」という疎外感を感じながら成長した人が多いため、「出る杭は打たれる」という経験をしたことがある方が多いのですが、若い頃は自分のことを責めていたとしても、「実は自分をそのまま肯定してくれる環境もあるのではないか」ということを知ることでさえできれば、周囲と摩擦を起こしてでも、違う道に進もうとするとこともある

のではないかと考えております。そういった意味では、経験に対する開放性というもの同調圧力を圧力と感じない人にとっては必要ないものなのかもしれませんが、同調圧力の中で死にかけている人にとっては、生死を分けるほど重要なものです。先ほども申し上げましたが、大事なことは材料やアトリエや広い家ではなく、自分のことを理解して、共感して、応援して、支えてくれるような人たちが近くにいて、そういった人たちと日常的に会えるということです。そういった人が近くにいると、何気ない出会いや会話がヒントになってアイデアが生まれていき、1+1が5や6になるように、爆発的なスピードで物事が現実化されていきます。カフェも同じですが、そういうふうに分かる自分のことを理解してくれる人たちと出会うことができ、切磋琢磨する場所があれば、そういった場所自体が人を惹きつける場所になっていくのではないかと考えておりますし、そういった人たちがある1つの場所に集まったとき、より急速に発展を遂げていくのではないかと考えております。リチャード・フロリダも「才能ある人々がより集まることによってイノベーションや経済成長に大きな効果をもたらし、クリエイティブな人々が大勢で常に顔を突き合わせることでビジネスのアイデアが絶え間なく生まれ、研ぎ澄まされ、実行に移され、人々が優秀であり、繋がりが緊密であればあるほど、あらゆる面でスピードが加速する」と考えておりますが、経験への開放性を促すインフォーマル・パブリック・ライフを充実させることこそ、まちの発展を考えるときの鍵になるのではないかと考えております。まとめますと、「なぜインフォーマル・パブリック・ライフが重要なのか」といいますと、「こうではなければいけない」という社会から離れることによって自分らしく振舞えるようになり、訪れた人の視野も広がり、「既存の価値観とは違うものもいいのかもかもしれない」と思ってもらえるようになるからです。そうしますと、新しいことや異なるものに対しても寛容な雰囲気がありますから、他では許されないような行動や意見を口にすることもでき、自己表現がしやすくなりますから、新しいアイデアが肯定されることでイノベーションのもとになるのではないかと考えております。また、こうした変化を可能にする場所が多ければ多いほど、より多くのアイデアが具現化されていき、新しい時代や価値観の芽として発展し、外部からも注目されるまちになるのではないかと考えております。最後に、私は「パブリック・ライフの居心地のよさ」が一番大事なのではないかと考えています。そうしますと「長い時間滞在したいと思うかどうか」ということも大事なことなのではないかと考えております。ヤン・ゲールも「まちのアクティビティというのは、滞在時間×滞在人数だ」と言っていますが、「〇〇祭」「〇〇縁日」のように1、2日で人を集めるのではなく、恒常的に居心地のいい場所をつくることさえできれば、滞在時間が伸び、徐々に人がやってくるようになりますから、まちに来てくださった人たちが主体的に過ごせるような場所をつくることも大事なのではないかと、というところです。ご清聴ありがとうございました。

【session 1 : クロストーク】

Lumière 代表/カフェ文化、パブリック・ライフ研究家

飯田美樹氏

全国エリアマネジメントネットワーク副会長/リージョンワークス合同会社

後藤太一氏

全国エリアマネジメントネットワーク幹事/森ビル株式会社

中裕樹氏

後藤氏

飯田さん、ありがとうございました。本日の会場には「歩行者数を増やして、賃料を上げているばかりでどうするのだろう」ということに日頃から悩んでいらっしゃる方が数多くいらっしゃると思いますが、エリアマネジメントの20年の歴史の中にも、本シンポジウムの7年の歴史の中にも、先ほどお話しいただいたような本質的な議論をされることは殆どなかったのではないかと感じております。そういった意味では、本日は全国エリアマネジメントネットワークの小林会長から出口会長に代わった日でもあるため、改めて我々の取り組みの原点を考え直す時間にできればと思っております。そして、本日のとてつもなく重い宿題を受け止める役割として中さんが指名されてしまったわけです。

中氏

森ビルの中と申します。よろしく申し上げます。私は現在全国エリアマネジメントネットワークの幹事を務めておりますが、もともとは、隣の虎ノ門ヒルズ森タワーというビルの開業時からタウンマネジメントとエリアマネジメント担当ということで、10年という長い間担当をしております。また、個人的にも、私はもともと豊島区に住んでいたのですが、南池袋公園ができる際に「これはすごくいいものができるぞ」と思い、ボランティアとして参加するなど、様々な活動をしてまいりました。それから、飯田さんが以前書かれた本を読んだ際に「素晴らしい」と非常に共感していたところ、本シンポジウムのことを知りまして、そういったご縁から登壇させていただいた、という状況がございます。また、のちほど飯田さんからコメントをいただきたいところなのですが、私は今麻布台ヒルズという街の運営の担当をしており、前に飯田さんがいらっしゃったとき、SNS上で辛辣なご意見をいただいたという経験がございます。とはいえ、担当としては、先ほど飯田さんがおっしゃっていたようなインフォーマル・パブリック・ライフはぜひ進めていきたいところではありまして、「どのようにして緑の広場を開けばいいのか」「どのようにして賑わいを生んでいけばいいのか」「どのような過ごし方をすればいいのか」ということは常に考えておまして、実際にゴールデンウィークにイベントを行い、パフォーマンスやマーケットがある姿をつくって、「このままこの姿が続いて日常になっていけばいいな」と思っているところです。一方、先ほどもお話がありましたように、タウンマネジメントには財源などの問題があります。まさに以前、飯田さんがいらっしゃったときも広場を企業さんに貸し出していた時期だったのですが、そういったいろいろな思いもある中で、事業者であり、エリアマネジメントネットワークの幹事であり、30代後半の社員という立場から、様々なお話をしていきたいと思っております。よろしく申し上げます。

後藤氏：

今回のフォーラム会場で森ビルを背負って発言すること自体が非常に重いことだと思いますが、おそらく本日はそういったことに親近感をおぼえるディベロッパーの方もたくさんいらっしゃる

思いますので、そういった方々の反応を見ながら進めていければと思っております。また、飯田さんからも、遠慮ない意見を言っていただければと思っております。

それでは、ここで一度私の自己紹介をさせていただければと思っておりますが、私自身は、リージョンワークスという会社で、コンサルタントとして各地のエリアマネジメントをお手伝いしております。今は日々現場に出ている状態ではないのですが、逆に、福岡や渋谷や福井といった様々なまちと関わらせていただけることも多いため、「まちの個性の話をもう少しきちんとしていったほうがいいのではないか」と思っております。飯田さんのお話の中にも「経済開発のために、開放性のある場にクリエイティブな人々を呼ぶ」というシンプルな方程式のお話がありましたが、当然、京都や東京や地域それぞれが違う状況にある中で、今はどの地域も「こういったカタカナを使っておけばOK」という雰囲気があるように感じるところがある。そういった雰囲気が間違っているわけではないのですが、おそらく、そういった雰囲気自体を誰も否定しないということが問題なのではないか、と思っております。本日のシンポジウムも「居心地のよさ」と「暮らしやすさ」から始まっていますが、冒頭の局長のご挨拶にあったように、当然、国の政策の中でも「イノベーション」という言葉が出てくる中で、どのまちもある程度普遍的に考えているのではないかと思います。が、今後は、「あなたのまちではどうなのですか？」と聞かれたときに、「気候、地形、歴史といった地域の生活や文化をつくる風土の中で培われてきたものを、どうやって応用していくのか」ということが1つの大きな論点になってくるのではないかと思います。また、飯田さんのお話の中にも「昔の日本にはインフォーマル・パブリック・ライフがあった」というお話がありましたように、実際に飯田さんの本を読んで「ヨーロッパの家庭は素敵だね」と思われた方は数多くいらっしゃるのではないかと思います。本日来られている方はほぼ日本の方だと思うので、「日本の中にある様々な地域をどのように見ていくのか」という話もしていきたいと思っております。それでは、はじめに飯田さんに話を振っていききたいと思います。「こちらが何か、わかるでしょうか。こちらはサラダです。」今は「ニューヨークはメルティング・ポットだ」と言われることはなくなりましたが、こちらのサラダのように様々なものが混ざっているものが「都市」というわけです。また、「大都市は開放性が高い」というお話がありましたが、大都市の中にも様々な要素がありますから、「私は麻布台ヒルズが好き」という選択肢もある一方で、「私は下町のほうが好きだからそっちに行く」という選択肢もあるのではないかと思います。そういった意味では、中さんのお話に出てきた麻布台ヒルズという建物に対して、東京の中のどのようなものとして見ていらっしゃるのでしょうか？ ああいった場所も、インフォーマル・パブリック・ライフの一部を担い得る、という捉え方もできるのでしょうか？

飯田氏：

私は麻布台ヒルズに1、2回しか行ったことがないためそこまで大きなことは言えませんが、たとえば、六本木ヒルズの2階部分には非常にいい広場がつくられておりますが、そういった場所が、まちの人が集う広場になっているかどうかは別としても、まちを変えるといいですか、好きで集いたくなる場所になっていることは間違いなくと思っております。六本木ヒルズ以外にも様々なヒルズが建てられ、「似たようなものばかりのまちになってしまった」と思われる方もいらっしゃるかもしれませんが、東京の場合、そういったふうにしてディベロッパーの方がつくられたものが期待感を裏切らずに人の動線を変え、まちを変えていったことによって、人々が喜んでくれることも増えてきたのではないかと思います。

後藤氏：

ヒルズを運営している側の中さんからしますと、当然「ヒルズ系の建物はすべて似ているように見える」という声も聞いているのではないかと思います、それぞれで工夫をして個性化しようとしているところもあるのでしょうか？

中氏：

良いものは引き継ぎつつ、新しいものもつくっていくという感覚で、それぞれのヒルズとしての特徴はつくっています。

後藤氏：

私が麻布台ヒルズのオープニングイベントに伺ったときは「ハイブランドのお店は自分には合わないな」と感じていたのですが、上層にガラスのオフィスが見えて、足元も時代とともに変わってきている印象を受けましたので、「非常に工夫されていらっしゃるのだろうな」と感じました。

中氏：

麻布台ヒルズは広場を中心に考えた設計をしているため、やはり広場が特徴的な建物なのではないかと思っております。ただし、『インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール』に書かれていた、「テナントさんがエッジの最後まで広場との関係性を突き詰められているかどうか」ということについては、もしかするとこれからの運用やエアリアマネジメントの価値なのかもしれませんが、飯田さんがいらっしゃったときは、閉じているところが多かったのかもしれない。

後藤氏：

本日はヒルズの議論をする場ではなく、会場にいらっしゃる皆さんと「こういったところがいいところですね」という話ができるシンポジウムになることを目指しているのですが、「どういったまちを目指すのか」という話については、本日結論が出るものではなく、ずっと考え続けなければいけないことなのではないかと感じているところです。

それでは、次の話に進みたいと思いますが、本日エアリアマネジメントのシンポジウムに呼ばれたとき、飯田さんは「エアリアマネジメント」というものをどのようなものだと思っていりましたか？

飯田氏：

私が持っているエアリアマネジメントに対する認識という意味では、「様々な事業者の方と一緒にお金と知恵を出しあって、地域をよくするための活動をしている方」という感覚です。

後藤氏：

仕込んだわけではないのですが、模範的な回答をいただきました。ありがとうございます。ただし、私としては、もう少し「エアリアマネジメント」に対する解像度を上げた議論をしたほうがいいのではないかと感じております。といいますのも、約20年前に大丸有で日本のエアリアマネジメントが始まったのですが、その頃の「公共空間を歩いているだけで楽しい」という認識から、現在は変化してきているように感じています。それから、国交省や飯田さんにお答えいただいたようなエアリアの定義を発表しているのですが、「具体的にわからない」という声も実際に出ていますから、もう少し解像度を上げた切り口での定義をした後に、「今後はどのように進めていくのか」という話をしていきたいと考えています。少し話が長くなってしまいますが、今年の6月に全国エアリアマネジメントネットワークの幹事として世界エアリアマネジメント会議に出席した際、様々な国のエアリア

マネジメントをされている方々と話したことを簡単にまとめ、「シアトルの人、ニューヨークの人、シャルロッテの人、ケープタウンの人はこういったことを考えていた」ということを理解したうえで、もう一度日本のエリアマネジメントの定義について考えていきたいと思っております。

そもそも、海外では「エリアマネジメント」という言葉は使われておらず、「アーバン・プレイス・マネジメント」という単語が使われております。要点だけをお伝えしますと、大切なことは、なぜ「エリア」でも「シティ」でもなく「プレイス」なのか、ということです。「プレイス・メイキング」という言葉は日本でもカジュアルに使われておりますが、野中郁次郎先生が定義した「場」について「共有された文脈や関係性のこと」という定義がされていることから、経営学的には「人と人との関係性ややり取りが発生する舞台のことである」という定義ができるのではないかと思います。要は「箱そのものではなく、人の活動や、人と人との関係が見えるような場所を扱っている」ということになるのですが、一言で「係わり」といっても、黙って他の人を見ているだけでも、コーヒーの香りを味わっているだけでもいい、という特徴があります。それから、エリアについては「資金提供や行政施策においてはこういった範囲がある」ということを決めなければいけないというだけの話ですから、実際の取り組みやまち自体には線がない、という考え方もできるのではないかと思います。また、経営学における経営の定義として「人やお金といった経営資源を効率的に使って効果を最大化する」という話があるのですが、今の日本ではエリマネが管理や運営に留まっており、「ものがつくられたあとの場所をどのように使いこなしていくのか」というだけの話になっています。

先ほど飯田さんから「人の活動が経済を活性化をさせる」という話がありましたが、経済開発の中に、計画、リーダーシップの発揮、コミュニケーション、マーケティング、都市計画、不動産、政策提案が入っております。こちらに記載されているすべてのことが、海外のプレイス・マネジメントが行うマネジメントの内容になるわけです。「誰が進めていくのか」ということについても、日本では民間が進めておりますが、アメリカでは「エリアマネジメント業界」ということになっているように、非営利、政府、企業すべてで進めています。効果の話としても、「ゴールとしてどのようなまちを目指すのか」という設定があるはずですが、プレイス・マネジメントの基本として「KPIとしての来訪者や歩行者や売り上げについてはあくまでも通過点でしかない」という考えがあるため、日本の考え方とは非常に事なっております。

中さんは、日々の仕事の中でプレイス・マネジメントの考え方をしていることはあるのでしょうか？

中氏：

本来はそういった考え方であるべきだと思います。ただし、私はタウンマネジメントという部門から麻布台ヒルズ企画戦略室という部署に異動したため、これからはより大きく、まさに「街の経営」という観点でものごとを考えなければいけないと思っているところはあるのですが、日々の活動の中では、どうしても「次の季節はどのようなイベントをしようか」といったことばかりを考えているという感覚は持っています。先ほどの後藤さんのお話を伺いながら、「今後は場のあり方についてより考えていくべきなのかな」と感じました。

後藤氏：

先ほど飯田さんは、インフォーマル・パブリック・ライフの社会的意義の話の中で経済開発について話される前に、一義的には経済効果ではないような「社会の浄化装置」や「セラピー」という言

葉を使っていらっしまったと思います。そういった意味では、「社会的な意義から見て何を指すのか」という目的を考えた際、飯田さんにとって、経済よりも大事なものがあるのでしょうか？

飯田氏：

おっしゃる通りです。おそらく、私だけではなく、世界でまちづくりをしている人にとっても経済よりも大事なことは、「住民の幸せ」ではないかと思います。私はこれまでにそういったことが書かれた本ばかり読んできたため、影響を受けているところもあるのではないかと思います。そもそも、「経済を優先する」という発想自体がおかしいのではないのでしょうか。ですから、当然、経済的に売上げが上がり商店街が活性化されることは非常に大事ですが、経済だけを優先してきた社会から脱却することも大事なのではないかと思っています。やはり、経済の発展だけを考えてしまいますと、どうしても社会自体が間違った方向にいつてしまう場合もあると思いますから、そういった意味では、「住民の生活の質を上げる」ということが何よりも先にあり、「そのためにどのような場をつくるべきなのか」ということを考えることが「プレイス・マネジメント」の本質なのではないかと思っています。それから、経済の発展だけでは取り残されてしまう人があまりにも多いため、違う取り組みをしなければいけないということが「パブリック」というものの概念なのではないか、という気もしています。

後藤氏：

飯田さんは、「サードプレイスの周りにインフォーマル・パブリック・ライフがある」ということと、「サードプレイスはカフェのようにお金を払う場所である」というお話を本の中で書かれていらっしまったと思いますが、一方で、「お金がかかるところには行くことができない」という方が行くインフォーマル・パブリック・ライフとしては、どんなところがあるのでしょうか？

飯田氏：

たとえば、京都の鴨川沿いや商店街のようなイメージです。要は、商店街や骨董市という場所自体は、必ずしもお金を持っている人が行かなければいけない場所ではない、ということです。ですから、「美味しそうだな」と思いながら佇んでいるだけでも、お煎餅を100円で1枚買うくらいでもいいということで、映画館のように「お金を払わないならば絶対に行ってはいけない」という場所ではなく、回遊することが許される場所、といいますか。そういった「もしも買いたかったら買ってもいいですよ」というくらいのサードプレイスやインフォーマル・パブリック・ライフが、一番上手くいくのではないかと思います。たとえば、「誰でも来ることができるけれど、入りたい人はカフェに入ってもいいし、もしも食べたかったらジェラートを買って食べてもいいですよ」というくらいで、「座りたければベンチに座ればいいし、ベンチがなければ芝生に座ってもいい」というしつらえになっているくらいの緩さが一番いいのではないかと思います。骨董市を見ている、何も買わずに見ているだけの人もたくさんいらっしまいますし、そういうところが大事になってくるのではないかと思います。

後藤氏：

ヒルズの話ばかりで申し訳ないのですが、ヒルズの場合も、オフィスはセキュリティがありますが、広場や商業施設自体は、ものを買わなくても入ることができるのでしょうか？

中氏：

おっしゃる通り、実際にものを買わない居住者の方もいらっしゃいますし、地域の方もいらっしゃいますから、問題ございません。それから、今は住宅地でもエリアマネジメントが始まっていますので、住宅地の中の様々な課題に対してエリアマネジメントが立ち上がって、「これからは皆で協力してエリアの価値を上げていこう」というふうに進められていくのではないかと考えているのですが、その際に、昔の飯田さんが感じられていたような「孤独」や「住む場所の質を上げる」といった課題に対しては、どのような解決策があると思われますか？たとえば、子育てが始まった女性に対してどのような場所をつくっていくのかという課題を持っている場合、飯田さんの本で書かれている「カフェをつくる」ということは、少し話が飛んでしまう、といいますか。そういった課題に対して、どのように初めの一步を踏み出して、どのようにして地域の人たちと協力する可能性があるのか、というところについてお伺いしたいのですが、いかがでしょうか。

飯田氏：

やはり、歓迎感といいますか、デザインとして「ここは私がいい場所だ」と思えるような場をつくるのが非常に大事なことではないかと思えます。ですから、ベンチが1つあるだけでも違うと思っているのですが、一方で、私が麻布台ヒルズに行った際、たしかに誰でも来ることができるようにつくられているものの、「歓迎されていない」という印象を非常に強く感じる場所がありました。要は、綺麗な庭もありますし、座れるところもありましたが、「ここはディオールに来る人が来る場所なんだ」という場違い感があった、ということです。そういった意味では、「場違い感」と「歓迎感」というものは対極にあるのではないかと思えますが、「歓迎感」は「こんな私でも座っていいんだ」「こんな私でもいらっしゃいませとってもらえるんだ」ということなのではないかと思っております。たとえば、カルディは非常に成功している会社だと思えますが、なぜお客さんが来られているのか、ということと考えますと、「輸入食品が買いたくてたまらない」ということで来ているわけではなく、「コーヒーが飲みたいから」ということで来ていると思うわけです。ですから、「あなたはお金持ちではないので来てはいけませんよ」と言われることもありませんし、コーヒーを飲んだ後に何も買わなかったとしても許されるということが成功している要因なのではないか、ということです。そういった意味では、やはり人は「自分のような人が来ても許される場所なんだ」ということを感じとる力を持っていると思えますので、実際に「来てください」と言うのではなく、「歓迎感のある場所をどういうふうにつくっていくのか」ということを考えていくと変わっていくのではないかと思います。

中氏：

先ほどもクリエイティブな人たちと開放性についてのお話がありましたが、インフォーマル・パブリック・ライフの質を上げていくことによって、エリアマネジメントもより進んでいくことができるのではないかと感じました。一方、クリエイティブなイベントを進めようとしたときは、様々なアプローチ方法があるのではないかと思います、「より刺激的なイベントをしたほうがいい」「アートプロジェクトをしたほうがいい」という意見を頻りに耳にします。そういった意味では、飯田さんの「カフェがあったほうがいい」というご意見については、どのようにお感じになっていらっしゃるのでしょうか？

飯田氏：

私は本日のプレゼンの中で一所懸命イタリアの写真を出しておりましたが、お伝えしようと思っていたことは、「インフォーマル・パブリック・ライフはイベントではない」ということなのです。そもそも、日本の方はもともと縁日や季節を大事にする気持ちをお持ちですから、季節のイベントや行事をすることが好きといたしますか、「そうしなければいけない」と思っているところがあるのではないかと思っているのですが、一方、イタリアやフランスの広場や公園では、イベントはそれほど行われていません。ですから、もしもアンティークマーケットに行きたいのであれば自分で検索して行く、というふうに行っているため、道端は「イベントを行う場所」ではなく、「日常で佇める場所」になっているわけです。そういった意味では、私の中の「サードプレイス」の概念は「日常の中にあるちょっとした非日常」ということになるのですが、先ほどの写真にあったようなオープンカフェはまさにサードプレイスということで、非常に大事だと思っているわけです。そういった場所を大切にしていけますと、好きな方は週3、4回来る人が1、2時間滞在したとなると、人数と滞在時間の積も多くなっていき、一所懸命イベントを行わなくてもよくなっていきます。一方、六本木ヒルズや二子玉川ライズでは頻繁にイベントが行われていますが、イベントばかり開催していると、通りがかった人に「自分はこのイベントには関係がないから」と思われてしまうリスクがあります。たとえば、それこそ車のイベントが開催されていたとすると、私は車にまったく興味がないため、「自分は場違いだ」「今日は絶対に歓迎されていないんだ」と感じてしまい、足早に通り過ぎようとしてしまうわけです。それから、イベントを行えば行うほど座る場所も少なくなりますし、近くで滞在することもなくなりますから、やはり、他の人を排除してしまう結果になってしまうように感じます。実際、私も二子玉川ライズができた当時は職場が近かったため、頻繁に近くを通っていたのですが、イベント用の空間のようになってしまっていた、といたしますか。要は、日本でつくった広場の場合、そういった場所になってしまっているところは非常に多いのですが、そうしますと、イベントが行われていない時期は佇むこともできない空白地帯のようになってしまい、がらんどうの場所が多いのではないかと思っているわけです。そういった意味では、そもそもの「広場」というものの概念が違うのではないかな、という気がしています。たとえば、お寺の縁日はイベントのときにだけ賑わう場所ですが、パブリック・ライフの広場は本来そういう場所ではなく、「日常的に人が佇む場所」だと思っているわけです。

後藤氏：

私としては、そういった場所をすべてヒルズでつくる必要はないと思っておりまして、1泊30万円の五つ星ホテルに泊まりたい人もいれば、1本100円のとり皮を食べたい人もいるように、そういうことが選べる状態が一番いい状態なのではないかと思えます。私は「昔は渋谷のセンター街は居心地がよかったけれど、歳をとると居心地が悪いな」と感じているのですが、そういうふうに、人によって変化は様々ありますから、やはり、様々なものがある程度存在しているかどうか大切なのではないかと感じます。そういった意味では、小さなまちですべてを揃えようとするとう無理がありますから、「あなたのまちではどうするんですか？」ということ、永遠に議論が終わらないような議題なのではないかと感じました。

続いて、こちらのスライドは6月のストックホルムの会議が終わった後の集合写真なのですが、世界会議といいながらもスウェーデンとフィンランドからの参加者が多く、南アフリカと日本からの参加者は2人でした。基本的にはエリアマネジメントの事務局の人たちが参加していたのですが、

バックグラウンドとしてはスーパーディベロッパーのような方もいらっしゃいましたし、都市計画や不動産とはまったく関係がないような人も数多くいらっしゃる中で、2日間の合宿を行って参りました。内容としては、「コロナ後のエリアマネジメントはどうなっていくのか」という議論が中心でした。こちらに映っているものが最後の成果品なのですが、パワーポイントでつくっておらず、手書きで書かれています。各国の方々と話した内容がすべて記載されているのですが、要点だけをかいつまんでご紹介いたします。

まず、どのような国の方も皆さん悩んでいらっしゃったため、手柄話を共有する場ではなく、「悩みを共有する」場としては、非常に良い場所になったのではないかと考えております。詳しく申し上げますと、まずは「そもそもコロナ後も都市は必要なのか？」という議論から始まり、「都市は誰のものなのか」という議論に繋がりました。それから、ヨーロッパは日本の京都以上にオーバートーリズムの問題が深刻ですから、「我々は観光客を呼ぶためだけにエリアマネジメントをしているのか？」という議論もありました。それから、「我々はエリアマネジメントにどのように関わっていけばいいのか」「エリアマネジメントに何ができるのか」先ほど中さんもおっしゃっていましたが、「エリアマネジメントは無力ではないのか」という議論もありました。様々な話をしている内に、「自分たちの言葉で物語をつくって語らなければいけないにもかかわらず、自分たちには物語がない」という話が出て参りました。ビジネスプレゼンに物語が必要であるように、エリアマネジメントにも物語は必要だろうということです。そういったことを2、3周議論して出た1つの結論は、貧富や人種といった話はそれほど出てこなかったのですが、「都市というものは、若者だけでも老人だけでもなく、すべての世代が会う場だ」ということでした。

こういった話は次のセッションにも繋がることではないかと思いますが、「エリアマネジメントは何をするべきなのか」議論になることは、歩行者数の増加の話ではなく、「物語をつくる」という話や、「自分だけではなく、共感してくれる仲間の人たちの力を引き出す」という話です。それから、シビックプライドという言葉を使いたくなかったため、あえて日本語にしましたが、「都市の誇りを育てていく」ということと、「関係者間の通訳ができるようになる」ということもあります。政治家と行政とディベロッパーはそれぞれ言語が違いますが、単純に機械的に訳すのではなく、通訳をするときは意志を持ったフィルターにならなければいけない、ということです。それから、エリアマネジメントの仕事は、自分たちと周りの信頼を築くことではなく、周りの人と人との間の信頼を築くことです。また、行政との関係という意味でいいますと、「知見を提供する」と記載がありますが、そもそも我々は提案をしなければ仕事できませんから、積極的に政策提案をしなければ何も始まりません。最後に、当然シニアの方の声も大事ですが、どのような国においても「若者の声を聞く場所がない」という話が出ておりましたので、若者の声を集めることも大切ということで、「そういったことをまちに反映していく手段がないときにこそ、我々がやるべきことがあるのではないか」という議論を進めて参りました。

それでは、残り約10分で「今後はどのようにしてエリアマネジメントを進めていくのか」という話をまとめていきたいと思いますが、先に飯田さんにお伺いしてもよろしいでしょうか。そもそも、『インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール』は「カフェは素晴らしい」ということが書かれている本ではなく、思想的な話に留まらず、「インフォーマル・パブリック・ライフ

の生み出し方の 7 つのルール」ということまで書かれている本なのですが、本日会場にいらっしゃる方たちに、「この本はこういうふうにも読んでもらいたい」と伝えたいことはございますか？

飯田氏：

すでに読まれた方もいらっしゃると思いますが、やはり「オープンカフェは本当に必要なものなので、もう少しカフェの数を増やしてほしい」ということは伝えたいところです。それから、こちらの本を出版した後も様々な方とお話ししましたが、やはり、「設計した後にエッジの大事さがわかったのですが、今更エッジを変えられません」とおっしゃっている方は多いように感じております。ですから、オープンカフェでのんびりとお茶を飲みながら広場を見ることによって「麻布台ヒルズに来てよかったな」「東京はいい場所だな」と感じてもらえるようになっていくわけですから、そういった場所が非常に大事になってくると思っております。逆に、そういったカフェがない場所では場違い感や違和感があり、足早に通り過ぎ去られてしまう、といえますか。そういった意味では、今は地下でコーヒーを飲んで終わってしまうような場所も多いと思いますが、少しでもオープンカフェが増えるといいな、ということには常に考えています。それから、「今は1階で化粧品を売っているのですが、オープンカフェをつくらうとしたときはどうすればいいのでしょうか？」というお話を聞いたこともあるのですが、イベントのキッチンカーでドリンクを出して、持ち運びができるビストロチェアをいくつか置いておくだけでも、場所の雰囲気は徐々に変わっていくと思っております。そういった社会実験を少しずつ進めていただきますと、「広場を囲めるオープンカフェがあるだけでもこれほど変わってくるんだ」ということがわかっていきますから、「次に設計するときはオープンカフェを1軒入れよう」というふうに変っていくかもしれません。ただし、そもそもすべての解決策はイベントではない、といえますか。仮にゆったりと時間を過ごせる場所をセッティングできたとしても、皆さんが日常的にいつでも外に行ける場所を持っているわけではないわけです。たとえば、猛暑の日に家に引きこもっている方もいらっしゃいますし、台風の日には家から一歩も出ない、という方も多いように、ゆっくりと外で過ごせる場所自体は求められていたとしても、実際に快適に過ごすことができる場所は、今はまったくありませんから、そういった場所が少しでも増えていくと、人に求められる場所になって賑わっていくのではないかと思います。また、そういった場所は観光客ではなく住民が喜ぶ場にもなっていくと思っておりますので、キッチンカーでも構いませんから、少しずつ進めていただければと思っております。

後藤氏：

「そもそも我々は何を目指しているのか」という大きな概念の話と、「明日は何をしていくのか」という目の前の具体的な活動の話がありますが、今のお話は、その中央の指針になるような言葉になるのではないかと感じました。飯田さんは呼ばれたところにはどこでも講演会に行かれるそうですから、「わがまちでも」という方は、ぜひお声がけをいただければと思います。続いて、中さんには毒のある攻めた質問をさせていただきたいと思っております。本日の会場にはディベロッパーの方が数多くいらっしゃいますが、エリアマネジメントの仕事を「不動産屋の仕事」という視点で見ますと、ビルマネジメント、プロパティマネジメント、アセットマネジメントといった話が出てくる中で「エリア」と言われたときに、一瞬固まってしまうのではないかと思います。同じエリアの中に多くのビルを持っている事業者の場合、たとえば「港区に森ビルを持っているのであれば、トータルのエリアとしてまとめてプロパティマネジメントをすればいいのではないか」ということはわかるわけ

ですけれど、表参道ヒルズは飛び地ですから、会社としては、アセット管理とは違う切り口で管理をしていらっしゃると思います。自分のビルではないストリートで様々な活動が起きている際に、個人の活動ではなく、ディベロッパー、会社としては、どのようにエリアマネジメントに係わられていくのでしょうか？

中氏：

各エリアのディベロッパーごとに特色が違っている部分もあるだろうと思いますが、1社ではできないことは多くあると思っていますので、1ヒルズ1プロジェクトだけではできないようなことは、近くにある他社の物件と一緒に進めていきたいと思っています。ただし、そういった活動については、間にあるエリアの価値を上げていくことも重要ですから、これからも、これまでも、すでに皆さんが当然のようにやられていることなのではないかと思っています。それから、後藤さんの書かれた「人」ということについて飯田さんにお伺いしたいのですが、よろしいでしょうか。これまでも「人を中心に見ていく」ということはランドスケープや建築といった様々な場所で言われていたことですが、「エリアマネジメント」という言葉と「人」という言葉は、どの程度連動するのでしょうか。飯田さんの本を拝読していると、「エリアがあたたかい」「キラキラしている」というふうに、普段業務では使わないような言葉が出てくるような気がしたのですが、飯田さんがエリアやまちやカフェを見る際は、どのような感覚で見られているのでしょうか？我々も今までに様々な活動をしてきたと思っているのですが、飯田さんが感じていらっしゃる感覚とは少し違う、といいますか。飯田さんご自身は何が違うと思われますか？

飯田氏：

エッジの歓迎感の解像度が違うのではないかと思います。そもそも歓迎感というものが何なのかといいますと、触れられて、匂いがして、店の奥から店員さんが声をかけてくれて、わかりやすく、いらっしゃいませと言ってくれて、夜だけれど明かりがついているから入ってもよさそう、という空気のことですから、場のデザインから場違いのものを排除するのではなく、「ぜひ来てください」ということを感じとることができるかどうか、ということではないかと思っています。たとえば、窓が透明になっているだけでは外の世界が見えるだけですが、美味しそうなクッキーが置いてあって、お客さんがこっちを見て笑っているということであれば、「ここはいい場所なんだ」「ここは私が来てもいい場所なんだ」と感じるわけです。一方、社員の人しか入れないようなゲートが連なっている場所を見ると「ここは絶対に入ってはいけない場所なんだ」と感じますから、「ここは私が入っても許される場所なんだ」ということがあたたかみに繋がるのではないかと思います。

後藤氏：

ありがとうございます。それでは、続きはどこかで授業を受けていただいて。

中氏：

わかりました。2時間ほど時間をとって、まち歩きをしながら「こういった場所はどういうふうに見ているのか」というお話を飯田さんにさせていただきたいと思いました。もしもご興味のある方がいらっしゃいましたら、10人くらいで一緒できればと思っていますので、どうぞよろしく願います。

後藤氏：

時間がきてしまいました。本日の大きなメッセージとしては、「そもそも都市というものは様々な人の、皆の場所である」ということを踏まえたうえで、「どのようにして人の活動や交流に相互作用を促していくのか」というところがございました。そういった意味では、解像度を上げる際の補助線になるようなヒントもいくつか出てきておりましたが、エリアマネジメントが進めていくことは時代とともに変わり続けていますから、各地域に応じてカスタマイズをしながら試行錯誤していくと、気の長い話ですが、次の20年のエリアマネジメントも変わっていくのではないかと感じました。

最後に、この後に35歳以下の若手と呼ばれる人たちのセッションがございしますが、そちらのセッションは目の前のこととして聞くよりも、少し長い目線を持って聞いていただいたほうがいいのではないかと考えております。こちらのスライドは明治維新直前の江戸なのですが、当時は市街地は狭く、麻布台ヒルズや渋谷もなかったわけです。要は、200年も経っていないにもかかわらず、これだけ大きな変化があった、ということです。そういったことを考えますと、日々「辛い」と感じながら現場の仕事をしている方もたくさんいらっしゃると思いますが、実は長い目で見たときにそういった蓄積が物事を変えていく、といたしますか。そういった目線で物事を見ていきますと、1つ1つの実践を軽く見るのではなく、敬意を払って見るようになりますから、ぜひ皆様にもそういった遠近感を持ちながら物事を見ていただければと思っております。それでは、本セッションでは大きな話のまとめをしたということで、終わりにしたいと思います。拙い進行でしたが、ありがとうございました。

【session 2 : エリアマネジメントに係わる私たち】

メンター :

札幌駅前通まちづくり株式会社代表取締役/全国エリアマネジメントネットワーク副会長 内川亜紀氏

有限会社ハートビートプラン代表取締役 園田聡氏

AMU35 メンバー :

安田不動産株式会社/一般社団法人日本橋浜町エリアマネジメント 浅野進氏

公益財団法人中国地域創造研究センター/広島駅周辺地区まちづくり協議会 金井れもん氏

東京建物株式会社 川島あさひ氏

三菱地所株式会社/特定非営利活動法人大丸有エリアマネジメント協会 高山円香氏

モデレーター

東急株式会社/一般社団法人二子玉川エリアマネジメント 内野洋介氏

NTT アーバンソリューションズ株式会社 山中佑太氏

司会

特定非営利活動法人大丸有エリアマネジメント協会/全国エリアマネジメントネットワーク事務局 中嶋美年子氏

山中氏 :

私は NTT アーバンソリューションズの山中と申します。5 月まで広島のカミハチキテルの事務局をさせていただいておりました、今は名古屋地区と札幌地区のエリアマネジメントに係わっております。

内野氏 :

皆様、こんにちは。東急株式会社、二子玉川エリアマネジメントの内野と申します。二子玉川は東京の世田谷区にありまして、西の玄関口と呼ばれているところなのですが、そちらのエリアでの都市再生推進法人という指定を受け、今は主に河川敷と公園の活用を中心とした活動をしております。本日は、どうぞよろしくお願いいたします。

セッション 2 では「エリアマネジメントに係わる私たち」という非常に大きなテーマが掲げられておりますが、エリアマネジメントに係わる若手メンバーと中堅メンバーとの対話によって、エリアマネジメントとエリアマネジメントに係わる人々を考えるとということで、様々なお話を伺っていきたくて思っております。セッション 2 の基本的な進め方としては、クロストークというかたちで、若手メンバーから普段のエリアマネジメントに係わるうえで感じている課題感を投げかけていただき、挙げた課題に対して、酸いも甘いも知り尽くしている、と言ってしまふと言いすぎかもしれませんが、エリアマネジメントの経験豊富な中堅メンバーのお 2 人を交えながら対話をするることによって、エリアマネジメントとエリアマネジメントに係わる人々について考えていく機会にしていきたいと思っております。また、「エリアマネジメント」と一言でいいましても、本日ご視聴されている皆様もそれぞれ立場やかかわり方が異なっていると思いますから、個別に具体的な話をするの

ではなく、聞いていただいている皆様の共通のヒントになるようなお話や、壁の突破口に繋がるようなお話ができればと思っております。時間としては、全体で70分程度を予定しております。それでは、早速セッション2を始めて参りますが、冒頭の話題提供ということで、まずはAMU35の若手メンバーの方々から活動報告をしていただきたいと思います。浅野さん、高山さん、お願いいたします。

高山氏：

それでは、全国エリアマネジメントネットワークの若手実務者会議 AMU35 について、私高山から「AMU35 とはどういったものなのか」ということを説明させていただき、浅野から今年の活動報告をご報告させていただければと思います。まず、「AMU35 とはいったいどういった団体なのか」というところについてご説明させていただきます。AMU35 の母体自体は、全国エリアマネジメントネットワーク内にございます。2016年に全国エリアマネジメントネットワークが発足して以来、エリアマネジメントネットワークの活動領域が拡大し、エリアマネジメントそのものの普及も広がっている中で、全国のエリアマネジメント団体には私たちのような若手のプレイヤーが数多くいらっしゃいますが、そういった方々が日々試行錯誤しながらエリアマネジメントとイベント活動に取り組んでいる、という状況がございました。そういった状況の中で、単にエリアマネジメント団体の中だけで課題共有をするのではなく、若手同士が横連携をし、様々な意見交換を交わすことによって、自分たちの担当している現場に持ち帰ることができるような具体的なアイデアを得る場所がほしい、という思いから、2021年に若手実務者会議のAMU35が発足いたしました。

こちらのスライドの青色で記載されている部分が主に取り扱っているトピックですが、1つ目に「エリアマネジメント」という業界の大きなくくりで見えていきますと、「エリアマネジメントに係わる人材育成やプレイヤーの確保」というトピックがございます。2つ目に、若手の視点で見えていきますと、「実務を進めるにあたっての細かなノウハウの共有」というトピックがございます。最後に、「まちづくりに対する世代間の違いを踏まえた働き方のシフト」ということで、こういった3つのトピックに対して活動を行っております。また、こちらのスライドの下部の「ポイント」に記載がありますように、AMU35には「こういった場にしたい」という3つのポイントがございます。1つ目が、年齢の近いメンバーもおりますので、「ラフに意見交換ができる場にしましょう」ということです。2つ目が、「ヒントを持ち帰ることができるような共有ができる場にしましょう」ということで、そういったことも意識した場づくりをしております。それから、3つ目として「学生や就活生へのアプローチを意識した場にしましょう」ということを挙げておりますが、こちらは今後実施していきたいこととして掲げております。こちらがロゴマークなのですが、AMU35という言葉自体は、「エリアマネジメントアンダー35」の略称です。

続いて、活動内容としては、主に4点ございます。今期の活動については後ほど浅野からご報告させていただきますが、まずは「メンバー間のディスカッション」ということで、SNSやZoomなどを活用し、メンバー間でディスカッションを行っております。また、「全国各地の先進事例やエリアマネジメント団体の視察」という活動もしております。それから、「外部の有識者を招いた勉強会」と、「エリアマネジメント組織間での連携イベント」といった活動も日々取り組んでいるところです。対象のメンバーとしては、職務としてエリアマネジメント団体の活動に携わっている35歳以下の方ということで、現在は95名のメンバーで日々意見交換をしている状態です。

浅野氏：

それでは、ここからは、私から活動実績についてお話をさせていただきたいと思います。こちらは、昨年の9月から今年の8月末までの活動実績です。まず、「AMU35はどのような活動を行ってきたのか」というところについては、2021年6月にAMU35が発足した後、年に4回ほどメンバーミーティングを開催しております。今年度はボリューム9からボリューム12のミーティングを開催いたしましたが、詳しい内容については、後ほどご説明させていただきます。また、一昨年から開催しているフィールドワークのボリューム3を8月に開催した際は九州視察をさせていただいたのですが、そちらについても、後ほどご説明させていただきます。

メンバーミーティングのボリューム9は2023年10月に行われ、参加者は16名ほどでしたが、弊社安田不動産の一般社団法人日本橋浜町エリアマネジメントの取り組み事例についての意見交換を行いました。続いて、2024年2月に行われたボリューム10のミーティングでは、幹事の川島さんの勤めていらっしゃる東京建物株式会社様より、八日京のエリアの取り組みについての紹介を行っていただきました。また、2024年5月に行われたボリューム11のミーティングでは、京都市の烏丸通まちづくり協議会のクリエイティブタウン化を目指す取り組みについて、森田さんからご案内していただきました。それから、直近の2024年8月のボリューム12のミーティングでは、今回のシンポジウムにおいて皆様の課題を収集するために、「若手エリアマネジメント実務者が抱える悩みについて」というテーマでディスカッションを行いました。ボリューム12のミーティングはフィールドワークが終わった後に告知をしたこともあり、34名という、多くの方にご参加いただきました。

それでは、ここからはフィールドワークのご説明をさせていただきます。今回のフィールドワークは全国エリアマネジメントネットワークから告知をしていただいたこともあり、計45名という、過去最多の参加人数で開催することができました。また、「フィールドワークに参加したい」ということでわざわざ全国エリアマネジメントネットワークに加入していただいた団体様も複数いらっしゃいまして、フィールドワークを通して全国エリアマネジメントネットワークの知名度が上がり、より多くの方に参加していただける機会をつくることのできたのではないかと感じております。

こちらが今回のフィールドワークの概要ですが、第1回目の東京、第2回目の大阪に続き、第3回目である今回は、九州の視察を行いました。視察1日目の8月1日は、博多駅周辺エリアを博多まちづくり推進協議会様にご案内いただいた後、We Love 天神協議会様に天神をご案内いただきました。まちの案内においては、インプットトークから始まり、それぞれのエリアの誘致活用や公開空地の活用についてご説明いただきました。また、夜は45名の参加者の皆様が集まり、博多のGARBLEAVESという会場でバーベキューをしながらざくばらんに会話をさせていただいたのですが、若手同士の親交が非常に深まった会になったのではないかと感じております。続いて、視察2日目の8月2日は東田エリアに移動して八幡東田まちづくり連絡協議会様にご案内いただいたのですが、岡岡会長様自身にご説明いただくという、非常に貴重な機会をつくっていただきました。また、日鉄興和様にもご協力をいただき、高見三条エリアの住宅街もご案内していただいた後、日本製鉄様のご厚意で九州製鉄所八幡地区の工場も見学させていただき、一般の方は入ることのできない八幡製鉄所の旧本事務所もご案内いただいたのですが、世界遺産を見ながらまちのブランディングを見させていただくということで、こちらにも非常に貴重な機会をつくっていただきました。こちらが1日

目と 2 日目の写真ですが、様々なところに視察に行くことができ、非常に実りのある会となりました。

最後に、2024 年 9 月から来年 8 月に向けた活動予定についてのご案内をさせていただきます。まず、メンバーミーティングについては引き続き行って参りたいと思っておりますので、まだインプットトークをしていただく先は決まっていないのですが、今回は 10 月に実施したいと考えているところでございます。また、フィールドワークについては、次回のフィールドワークをしたい場所のアンケートを実施したところ、北海道、広島、名古屋、海外に行ってみたい、という意見がございましたので、そういった意見も踏まえ、幹事のメンバーで話し合いを進めたいと思っております。また、今回のシンポジウムにおいては、エリアマネジメントの有識者である内川さんや園田さんとお話を進めていく中で得たアイデアを実際の活動にも生かすことができるように動いて参りたいと思っております。AMU35 からの活動報告は以上です。

山中氏：

浅野さん、高山さん、ありがとうございました。我々が AMU35 の発起人の 2 人で、初めて 3 年経つのですが、ここに登壇されていらっしゃる方々は 20 代の方ばかりですから、非常に若いメンバーで進められているのだな、と感じています。また、すでに 100 人近いメンバーがいらっしゃるということで、これからはより活発に活動されていくでしょうから、引き続き活動を見守っていきたいと思っております。

それでは、早速クロストークに入って参りたいと思います。今回のセッション 2 のテーマを検討する際に、AMU35 の皆様がエリアマネジメントに係わるうえで日々感じられている課題感や思いをポストイットにまとめていただいたのですが、まずはそちらを見ていききたいと思います。ピンク色の部分は、「社内地域への理解」や「当事者意識の醸成」というくくりです。いくつか読み上げますと、「そもそもエリアマネジメントとは何なのか」という話や、「エリアマネジメントの意義は何なのか」「価値向上とは何なのか」といった話が出ています。また、「事務局の負担を減らす」「皆様に主体的になっていただくためにはどうしたらいいのか」ということにも触れられています。それから、「社内への説明が難しい」「KPI」「情報発信」という課題も出ています。また、こちらは社内の話かと思いますが、「内容の確認をしている内にスピーディな発信ができない」といった意見もございます。さらに右にいきますと「納得感のある施策や本質をとらえた施策」というくくりになっておりますが、たとえば、「イベントをやる際にイベント会社に丸投げになってしまっている」という話は、胸が痛い話です。一方、「エリアマネジメントはイベントになりがち」という話や、「イベントが目的になってしまっている」という話も出ております。それから、下のほうは「若手実務者の成長」という観点でまとめていただいておりますが、「アウトプットの場が少ない」という課題や、「日々の業務だけではなく、プランニングや戦略の立案も重要ではないか」という話も出ております。続いて、左に戻っていくと「マネタイズ」や「財源確保」といった話がありますが、こちらについては若手に限らず、エリアマネジメント全体の課題かと思っております。最後に、左端の「地域との関係性」というところもエリアマネジメント全体の課題ですが、「地域内に既存のコミュニティや取り組みがある中で、どのようなかたちでエリアマネジメントが入っていくのか」という話や、「どのようにしてプレイヤーを増やすのか」ということで、非常に広範囲な問題意識が出ています。本日は、こちらの課題の中から絞って議論をしていききたいと思います。

内野氏：

以上のような課題が挙げられておりますが、本日はお時間の都合もございましたので、2つに絞ってクロストークに入っていきたいと思っております。

本日は折角若手の皆様にお集まりいただいておりますので、1つ目のテーマとしては、若手実務者ならではの課題感を設定いたしました。具体的には、3つございます。1つ目が「関係者や現場対応といった調整に追われてしまい、丁寧に考える時間やゆっくりと振り返る時間がない」ということです。2つ目が、「アウトプットをする場や機会が少ない」ということです。また、若手ならではの課題かと思っておりますが、3つ目が、「目の前の業務に時間を追われてしまい、企業が掲げている上位概念やビジョンの間にギャップがある」ということです。それでは、こういった3つの課題について、ご自身の所属しているエリアマネジメント団体で実際に経験したことを踏まえ、お話しいただきたいと思っております。川島さんからよろしく願いいたします。

川島氏：

ありがとうございます。東京建物株式会社まちづくり推進部の、川島あさひと申します。どうぞよろしく願いいたします。簡単に自己紹介をさせていただきますと、私は東京駅前の八重洲・日本橋・京橋エリアのエリアマネジメントに携わっております。主に「八重洲・日本橋・京橋をイノベティブなまちにしていこう」ということで、イノベーションが連続的に起こり続けるような仕掛けづくりを行っております。具体的には、テーマ別のイノベーション拠点をつくりながら、パートナーの方々と一緒に運営を行い、拠点やイベントをフックにして、まちに集う多様なプレイヤー同士の交流や融合を通じイノベーションを生んでいく、ということに挑戦しております。

課題と感じていることといたしましては、先ほど映していただいた課題の一番下にもありましたように、やはり、「現場の業務を通じて上流にあるビジョンやミッションをどのように実現していくのか」という点について非常に難しいと感じております。AMU35のフィールドワークやメンバーミーティングの中でも「若手は現場を任されることが多い」という話を耳にしますが、私も同じように、イノベーション拠点の企画立ち上げから運営管理にいたるまで、一気通貫で現場を任せてもらっています。前提として、現場は非常に重要で、その場にいるからこそ、課題や足りないことが見えてくると思っています。また、コミュニティは中に入り込んでこそ信頼関係を築けるのではないかと感じております。しかし、エリアマネジメントの上流にあるミッションは壮大なものであり、将来実現していくためのビジョンも抽象的になりがちであるように感じ、上流にあるミッションやビジョンと、自分の目の前にある現場の業務の間に距離を感じてしまうことが多いです。要は、ゼロイチをつくり出す仕事には正解がありませんし、ゴールに辿り着くまでの方法も様々で、未来投資という意味ではすぐに成果が出るものでもありませんから、上流にあるミッションやビジョンを自分なりに咀嚼して現場の業務に落とし込んでいくことが大事だとはわかっているのですが、「今自分が行っている業務が本当に効果を生んでいるのかどうか」という答え合わせをしづらいということに対して難しさを感じています。お2人が若手のときはそういった難しさをどのように感じていらっしまったのかということと、実際の現場業務をどのようにしてミッションやビジョンの実現に繋げていったのかという行動について、お聞かせいただければと思っております。

内野氏：

川島さん、ありがとうございます。続いて、浅野さんからもよろしく願いいたします。

浅野氏：

改めまして、安田不動産の浅野と申します。普段は一般社団法人日本橋浜町エリアマネジメントに所属して、企画の立案や運営を行っております。日本橋浜町というエリアは住民とワーカーさんが半々いらっしゃるまちなのですが、「そういったまちでエリアの価値を向上させるためにはどのようなことをしていけばいいのか」ということや、「どのようなコンテンツを用意することができるとまちの賑わいを増やしていけるのか」ということを日々考えながら業務を行っております。

私からお伺いしたい課題感先ほど挙げていただいたテーマの上2つに係わるところなのですが、8月に行われたAMU35のディスカッションにおいても、「若手の実務者にとっては、日々の業務は多すぎる」という意見は多く出ておりました。また、「他社の事例を知る機会もなく、自分たちのイベントやコンテンツを実施するにおいても、目的自体はわかっていたとしても、自分たちの殻にこもったコンテンツを実施してしまっていることにより、目的を達成するための手段の幅も広がっていない」という意見も出ておりました。そういった課題がある中で、AMU35としても他のエリアを知るための様々な施策を考えておまして、たとえば昨年度は「Slackで各エリアの情報交換をしよう」という声があがっていたのですが、実際はなかなかそういったことを実現することができない、という実情がございました。また、日々の忙しい業務の中では他のエリアに視察する機会が設けづらく、情報交換をする機会が少ないという課題もございましたので、抽象的ではありますが、有識者の園田さんと内川さんから、「若手のときはどのような行動をしていらしたのか」というところについてお伺いできればと思っております。

また、若手が意見交換をする際に他の若手の実務者の知見を収集することができれば、より自分たちの能力として身につくのではないかと考えて、AMU35の中でもそういったことをアウトプットする機会を設けたいと考えておまして、たとえば、今はフィールドワーク先で事例紹介をしていただいているのですが、お互いに語り合う場を設けることができれば、よりお互いの知見も高めることができるのではないかと考えています。そういった点について、「実際にどのようなかたちでそういった機会をつくることができるのか」ということや、「若手のときは実際にどのようなことをされていたのか」ということもお伺いできれば幸いです。

内野氏：

浅野さん、ありがとうございます。様々なキーワードが出て参りましたが、改めまして、今お話しいただいた課題感について、スピーカーの皆様はどのように感じていらっしゃるのでしょうか。また、いかにして課題解決に繋げていくのか、という解決策に繋がるヒントもお伺いできればと思います。それでは、内川さんからお願いしてもよろしいでしょうか。

内川氏：

札幌駅前通まちづくり株式会社の、内川と申します。本日はどうぞよろしくお願いいたします。まず、私は先ほど有識者と呼ばれていたのですが、自分自身はまだ実践者だと思っておりますので、ぜひ「実践者」と呼んでください。

皆さんのお話を聞きながら、「おそらく自分の中での結論は出ているのではないかな」と感じているところなのですが、幸いなことに、私が若手の頃はちょうどエリアマネジメント組織の立ち上げの時期でしたから、会社が成長していく中で、私自身も様々な情報をインプットしていくことが同時並行できていたのではよかったのではないかと考えております。そういった意味では、皆さん手

探りをされているような状況でしたから、先ほどあげられていた「エリアマネジメントはイベントばかり起こす」「若手が現場に投入される」といった課題については、当時も今もそれほど変わらないのではないかと感じます。私はそういった課題に対しては「イベントという場は自分たちが考えていることを表現する場」というふうに割り切って考えております。要は、「イベントで表現して伝えやすくしている」といいますか。わかりやすい例でいいますと、「地域の皆さんが参加してくれるような企画を行って、交流を生んでいきたい」ということになるのですが、そういったものが、さっぽろ八月祭やフラワーカーペットに繋がっていくわけです。ですから、イベントは目的ではなく、あくまでも表現の一環である、ということで割り切って考えていただいたほうがいいのではないかと感じます。また、先ほど「イベントをした後に振り返る時間もない」という話がありましたが、本気の振り返りをする時間はなかったとしても、おそらく、皆さん同士で雑談する時間くらいならばあるのではないのでしょうか。弊社もそういった雑談の中でイベントを振り返っていることが多いのですが、そういった時間も大切にしつつ、「イベントは手段だ」ということで割り切り、なるべく手段と理念を近づけて距離を感じないようにしよう、ということには心がけるようにしています。

それから、浅野さんの「若手のときはどのようにして情報を仕入れていたのか」という質問については、私は常にフロントヤードの長谷川さんに話を聞くようにしておりました。それから、今もたいへん仲良くしていただいているのですが、当時はエリアマネジメント女子会というものがありましたので、そちらの話の中から解決の糸口を見つけるようにしていました。以上です。

内野氏：

内川さん、ありがとうございます。エリアマネジメント女子会は非常に気になる場所ですが、どういった経緯でできたものなのでしょうか？

内川氏：

経緯としては、保井先生がご存命だった頃に、「男性ばかりが視察に行っている」という話や「上司は視察に行くけれど、若手はなかなか視察に行けない」という話があがっていて、そういった話し合いをするだけの場ができていただけなのではないかと思えます。そのときに保井先生から「それなら皆で一緒に視察に行きましょう」と言っていて、強行スケジュールだったのですが、一緒にニューヨーク視察にも行かせていただきました。そのときは「日本から来る視察の人は男性が多いけれど、女性が来るなら受け入れますよ」と言ってくださったところもありまして、本当に実りのある視察会ができたのですが、そのときに、当時の自分が信じていた「手をかけてあげればその分効果が出る」ということに対して、「必ずしもそうとは限らないんだ」と感じたきっかけがありまして。要は、実際に視察をしてみると、「実際に施設を使ってくださる人の反応や声をきちんと汲み取れているかどうかが大切なのではないか」ということを非常に感じて、「なるべくそういった実際の声を拾えるようにしよう」と思うようになったわけです。私は今チカホとアカプラという施設を管理しておりますが、そういったことは、今も仲のいい人たちと話し続けています。

内野氏：

ありがとうございます。続いて、園田さんはいかがでしょう。

園田氏：

先ほどのお話にもきちんと答えていきたいと思っておりますが、その前に、皆さんすごく緊張されていますから、リラックスしていただければと思います。先ほどまで長い時間控室にいて、「できる

だけ家のリビングにいるようにしよう」「居酒屋で本音トークをするくらいの空気感でいこう」と話していたのですが、皆さんまだ緊張していらっしゃるから、一瞬だけ立って、背筋を伸ばして、もう1回座りましょう。リラックスしてください。緊張した空気のままでは「若手の人は悩んでいてしんどそうだな」と思われてしまいますが、実際はそうではないという話もお伺いしておりますので、その辺りがしっかりと伝わるような話をしていきたいと思っております。

まず、若手の頃の現実の仕事と会社のビジョンのギャップのお話はおっしゃる通りで、大きな問題があるように感じております。ただし、そういったことはおそらくエリアマネジメントだけの話ではなく、都市デザインなどの仕事の中にもあるのではないかと思います。また、金井さんも同様ですが、私はコンサルティングという立場で地域の方々と関わっていますから、どちらかという土地のエリアマネジメントの中の人ではなく、仕事の意思決定をできる立場にもないわけです。そういった意味では、「会社のビジョンと今の仕事はいかに大事なことなのか」ということと、「ビジョンと仕事がどのように結びついているものなのか」ということを必死に言語化することこそが自分の役割なのではないかと感じております。ただ若い頃はビジョンをブレイクダウンして言語化するスキルもなければ、現場のことをすべてロジカルに説明するようなスキルも経験もないわけですから、私が若手だった頃の実際の行動としては、一番現場にいる方々のお話を聞いて、そういった方の思いを自分なりに言語化してみる、ということだったのではないかと感じております。私は食べることも飲むことも大好きですから、飲食店の方にお話を聞くことが多かったのですが、本日登壇されている皆さんは大きな会社に勤めていらっしゃるから、たとえば、自社のビルのテナントさんに話を聞いてみてもいいのではないかと思います。要は、そういった方々がなぜこの施設に入っていて、そもそもなぜお店をやっているのか、という話をお聞きしてみるわけです。特に飲食店は20代の経営者も多い業界ですが、そういった方々は、「自分の業種はどういったものなのか」「どうしてその場所に出店したのか」ということに対してしっかりとロジックを持っていらっしゃる方が多いです。そういった意味では、「地場の経営者として一番リスクを背負って商売をされている方々のビジョンやポリシーに対して、この間の自分のイベントは寄与できたのだろうか」ということや、「自分たちの企画は今目の前でご飯を食べているお客さんたちに関心を持ってもらえるような内容に結びついていたのか」ということは、常に考えるようにしていました。そういった考え方が正しいのかどうかはわかりませんが、少なくとも、そういうふうと考えていきますと、次の企画立案の際に「タイ料理のお店も韓国料理のお店もあるから、アジアという切り口で飲食のイベントを開いて声をかけてみようかな」ということに繋がることもありますし、「若い子たちがメインのお客さんになっている低価格帯のお店が多いから、あえてお金をとらずに、中高生メインのお悩み相談会を広場でやってみようかな」ということに繋がるわけです。そういった緩いイベントを続けていきますと、まさに今と同じような状況で、ローカルヒーローではありませんが、「私の若い頃はこうだった」ということで、地元のお店の方の話聞くようなイベントも行うことができますし、「あなたたちのイベントは私たちにも関係があることなんですね」ということにも繋がりますから、印象に残っていくのではないかと思います。当然、すべてのイベントが上手くいくわけでもありませんし、「うちは長年やっているんだから、店のことくらい自分で調べてこい」と怒られることもありました。そういったことも含めて、私たちとお店の目線を合わせていくことが解決策にも繋がるのではないかと思います。

内野氏：

ありがとうございました。モデレーターが堅い雰囲気にしてしまったかもしれませんので、反省しております。申し訳ございません。先ほど、実際にお2人がどのようにしてエリアマネジメントをしてこられたのか、というお話と、大切にしていたマインドについてのお話をさせていただきましたが、お2人のお話を受けて、「こういったところが勉強になった」ということはありますか？

川島氏：

今のお話を伺っていると、やはり、思い切り現場に入り込んでいくべきなのだな、と感じました。漠然と「現場の声は貴重である」ということはわかっていたのですが、実際に自分が現場の声をすいあげて取り組みに繋がっているのかということ、もっと努力できると思いました。まずは思い切り現場に入り込んで、現場の声をすいあげて言語化していくところから始めてみようと思います。それから、「イベント実施や拠点運営というアウトプットが目的化してはいけない」という内川さんのお話が非常に印象に残りました。やはり、目の前の現場の業務を行う意義や「業務を通じて何を実現したいのか」といった目的の部分は、絶対に忘れてはいけないことだと強く感じました。また、「そのためにはどのように業務を行っていくといいのか」について考えると、先ほど「自分が考えていることを表現する場」という言葉がありましたが、意義と目的を意識したうえで現場業務に取り組むことが、ゆくゆくはミッションやビジョンの実現に繋がっていくと思いました。目の前の現場業務を行う意義や目的を、しっかりと自分の言葉で説明し、関係者の共感を得ながら実現に向け動くことが、今の私に一番必要なことではないか、と思いました。そういったことを自分自身でできるようになっていくと、しっかりと本質を突いたエリアマネジメントに繋がっていくのではないかと思います、非常に勉強になりました。

園田氏：

非常にしっかりとした返しをしてくださいましたので、自分がそれほど大層な話をしていたのかな、と思ってしまいました。素晴らしいご感想、ありがとうございます。

山中氏：

それでは、それほど時間もありませんから、2つ目のテーマに移りたいと思います。2つ目は、言葉自体は堅いのですが、「会社や社内や地域の理解」と「当事者意識の醸成」ということです。こちらのテーマにつきましては、先ほど KPI やエリアマネジメントの意義についてのお話が出ておりましたが、そちらもあわせてお伺いしていきたいと思います。それでは、金井さんからお願いいたします。

金井氏：

皆さん、こんにちは。公益財団法人中国地域創造研究センターの金井れもんと申します。中国地方の自治体等に対する提言や行政計画の作成支援等を行う調査研究機関に所属しています。業務の1つとして、広島駅周辺地区まちづくり協議会というエリアマネジメント団体の事務局運営支援業務に携わっております。デスクワークの業務が多い中で、エリアマネジメントの仕事では、現場に入っていける楽しさややりがいを感じることができています。一方で、ステークホルダーが多いということについて難しく感じることもございます。たとえば、私が所属しているエリアマネジメント団体には様々な業種の企業・団体が参加しており、年齢層・役職でも様々な立場の方が参加されているのですが、エリアマネジメントに対する捉え方、モチベーションについては、それぞれ異なる

っていると感じています。私自身はもともと都市計画やまちづくりに対して非常に興味を持っていたため、楽しく関わらせていただいています。必ずしもそういった人ばかりではないということです。「各会員が同じベクトルを向いて動くことができれば大きなことができる」ということは皆さん理解されていると思うのですが、そのベクトルが少しズレてしまっているように感じています。現状、一番人が集まる活動は清掃活動なのですが、多くの会員が参加できる活動を増やせないかと日々考えております。「具体的にこういったイベントを開こう」「こういった取り組みをしていこう」といった呼びかけはしているのですが、現状では清掃活動以外では関係者が限定的になってしまっています。私はコンサルという立場で関わっていることもあり、会員の皆さんと一緒に議論したいとモヤモヤすることがあります。そこで、お2人は「若い頃は意見をすることが難しかった」ということはありますか？そういった経験がありましたら、その中でお2人が気をつけていたことや心がけていたことはありますか？

山中氏：

ありがとうございます。まだ緊張している印象を受けますが、雰囲気を変えていただけるようなお話を高山さんからお願いいたします。

高山氏：

大丸有エリアマネジメント協会の高山と申します。私は堅いトークよりも居酒屋トークのほうが得意ですから、そちらの方向でお話しさせていただきたいと思います。

私の業務としては、大好きな丸の内のまちづくりのエリアマネジメントの実行部隊ということで、まちの魅力向上や価値向上のためのコミュニティ形成イベントを開催するということと、日々の仲通りの空間活用活動を地道に行っていく、ということがございます。また、最近では私たちの業界においても SNS が活用されるようになりましたが、そういった SNS などの運用も行っております。

私からお2人にお伺いしたいことは、2点ございます。1点目が、先ほどのお話の中にもありましたが、KPI の設定についての質問です。まさに私は今コミュニティ形成のイベントを行っていますが、エリアマネジメントの KPI という意味では、「来た人」「売り上げ」「満足度」「達成度」という数字だけでは測ることができない指標があるように感じております。そして、常日頃から「エリアマネジメントの KPI はいったいどのようなものなのか」ということを考えておまして、社内外の方に話をしていきたいと思っているのですが、お2人は、KPI としてどのような指標を持たれていて、どのようにコミュニティ形成の事業を行われていたのでしょうか？

もう1つの質問は、若干難しい話題ですが、「関係者が当事者意識を持って本当の意味での合意形成を図るには」というところについての質問です。たとえば、丸の内仲通りは365日間毎日何かしらの空間活用をしておまして、自分で言うのも変ですが、「いつ誰が何を見ても素敵な空間になっている」という自覚も持っております。私自身は日常も非日常もまちのことが大好きなのですが、関係者との合意形成を図る際は非日常のほうに目が向きがち、といいますか。私は日頃日常の合意形成を担当しているのですが、非日常と日常の両立という意味では、「どのようにして日常で活躍している方達を非日常のほうにも巻き込んでいけるのかな」「非日常でやられているような特別なことをまちの方達と一緒に進めていくためにはどうしたらいいのか」ということは、常々考えております。お2人は、どのようにして日常と非日常を両立されているのでしょうか？

山中氏：

難しい話が出て参りました、金井さんからは、「ステークホルダーが多い中で、どのようにして物事を進めていくのか」という質問と、一番集まってくる活動は清掃活動ということで、「活動をステップアップさせていくためには、どのようにして他の活動に巻き込んでいけばいいのか」という質問がございました。それから、高山さんからは、KPI についての質問と、非常に新しいテーマのように感じましたが、「非日常から日常」ということについての質問がございました。それでは、園田さんからお願いします。

園田氏：

今のお話を聞いていますと、高山さんの雰囲気は金井さんの質問への答えなのではないかな、と感じました。要は、特に私たちのようなコンサルタントは、「私は丸の内が大好きです」「丸の内は非常に素敵な場所です」と言えるようなことをすればいいわけです。そもそも、「コンサルタントはお金をもらってあるべき論を言っているだけだから、地域には関係がない」というふうに思っているのかもしれない、話聞いてもらえないといえますか、「本当はどういうふうに思っているの？」という印象を持たれてしまうわけです。そういった意味では、地域の方々が身銭を切ってコンサルタントに委託金やイベントの活動費を預けているわけですが、私は常日頃から、会員さんやテナントさんが行っていることや見ていることに対して、「素晴らしいことだ」と思うようにしています。ですから、金井さんも一所懸命地域の方々が本当に行いたいことを探して、「どうすればそういったことができるようになるのか」というところに対して、ノウハウや行政さんとのお付き合いや規制緩和の手法を総動員して、一度イメージに近いイベントを行ってみればいいのかと思っています。それから、私が今係わっている西梅田の事業は関連する企業が 10 社ということで、比較的少ないのですが、大企業やファンドのビルに入っている会社の場合、1 社の思いに共感して「皆でこういったことを進めていきましょう」と言ったとしてもなかなか難しいといえますか、他社さんからは「それを進めていくと、うちに何のメリットがあるの？」と言われてしまうこともあるわけです。実際、おっしゃる通り他の会社さんにとってのメリットはないわけですが、そもそも、全員がメリットを感じられるような最大公約数のことだけを進めていくことは現実的に無理がありますから、まずは明確な目標をお持ちの 1 社さんを決めて、「今年度の上半期はこういった会社さんのこういったテーマなのですが、まずは皆さんのリソースでできることをやってみませんか？」という声をかけていけばいいのではないかと思います。それから、できれば「会費を出してほしい」と言うのではなく、それぞれ専門的な本業をお持ちだと思いますから、デザイン系の会社さんであれば「デザインで協力いただけませんか？」とお伺いして、専門学校さんであれば「学生さんに関わってもらえることはできますか？」といったことをお伺いしていくといいのではないかな、と感じております。そういったことを進めていきますと、次に事務局と皆さんで話をした際に、「1 社ではできないことだけれど、他の会社さんと一緒になるとこういうこともやってもらえるんだな」ということで、「次はうちも手をあげてみようかな」ということに繋がってくるわけです。そういった意味では、それぞれが順番にやりたいことをやっていくわけですが、そういったことはエリアマネジメントという枠だからこそできることであって、突然 1 つの会社が隣のビルにお声がけをすることができるわけではないわけです。ですから、そういったことから始めていくのがいいのかな、と感じているのですが、おそらく、清掃活動に多くの人があるということも、一応全員のメリットになっている、

といいますか。要は、写真を撮影して「CSR 活動です」ということ自体が具体的なメリットになる、というイメージがわいているからこそ、皆さんが清掃活動に来られているわけです。

それから、私の印象に残っていることとしては、去年か一昨年に仲通りでプレイス・メイキング講座があった際、お昼にラジオ体操をしていらっしゃると思うのですが、そうしますと、スーパーブランドのテナントの店員さんも私たちのような他所者と一緒にラジオ体操をしてくださるわけです。仲良く会話を交わすわけでもなく、終わるとスッと仕事に戻っていくわけですが、そういったことが非常に素敵だと思っています。清掃活動も、そういったものの延長の活動なのではないかと思えます。

それから、今は国交省さんのサポートをいただきながら長野県松本市のエリアプラットフォームを進めているのですが、地元のパン屋さんやゲストハウスさんと松本山雅さんというプロサッカーチームのレディースチームの方達で「協同して何か活動をしていきましょう」ということで、川のゴミ拾いをしたこともありました。活動している時に「クラブチームとして地域連携ということ掲げていらっしゃるんですが、正直、チームにはどういったメリットがあるのでしょうか？」ということ松本山雅の方にお伺いしたことがあったのですが、長年サッカーだけを続けていると友達と遊ぶ時間もとることができませんし、大人と接する時間もないということで、「もしかしたら地域の人と係わらないままプロや社会人になっていたかもしれないけれど、こうした活動を通して様々な大人や地域の人と係わることで、自分たちのクラブはこういった街の方々やサポーター、協賛企業さんに支えられているという実感を持ってもらいたいのです」という答えをいただきました。チームの方は、「どのようにすれば選手たちが自分たちがサッカーに打ち込めるのは地域の人々の支えがあってこそなんだ、という実感を持ってくれるのか」ということを真剣に考えていらしたわけです。そういった意味では、選手がまちに出て清掃活動に取り組むことも川で遊ぶことも非常に貴重な機会ですが、「地域の方々は日頃からどのような思いを持って川掃除をされているのか」ということを聞くことも大事な活動の一環になるということに私たちもそのときに気がつかされました。金井さんは先ほど「ゴミ拾いくらいしかできない」とおっしゃっていましたが、実はそういったゴミ拾い活動自体が別の方にとっては非常に大事なものになっているのかもしれないから、そういったことをきちんと認識して、言語化して、ストックしていけばいいのではないかと思えます。そういった活動が定期的にあることによってエリアマネジメント活動をしている組織が支えられることにも繋がりますし、行政さんとしてもすべての地域で平等に活動を続けていくこと自体が難しい中では、「エリアマネジメントだからこそできること」も増えていくのではないかと思えます。

内川氏：

私としても、「清掃活動をしにきてくれるだけで嬉しい」と思ったほうがいいのではないかと感じました。「今月は〇〇企業さんから〇人来てくれた」といことは仲間が増えていくことでもありますから、ポジティブに、清掃活動を通じて顔見知りの関係になったことによって別の活動に繋がることもある、というふうを考えていくといいのではないのでしょうか。また、先ほど金井さんから「心がけていることは何か」という質問がありましたが、私が活動をしている中でいいと思いますと、未だに「自分は今物事を客観的に見えなくなってしまうな」と感じることはあります。そういったときは、それこそ私たちをサポートして下さっているコンサルタントの皆さまに「こういったことについて、どのように思われますか？」といったご相談をしています。ですから、私自身は「コンサル

タントの方がいることによって、各エリアマネジメント組織に係わる人は安心感を得られているのではないかな」ということを常に感じているのですが、金井さんにもそういった役割があるのではないかと思います。

それから、高山さんの質問にあった KPI というものについてお話しますと、係わる人はそれぞれ別なわけですから、「エリアマネジメントの価値評価はどのようにされていますか？」と聞かれたときに答えることは、非常に難しいことなのではないかと思っております。そういった意味では、当然まちとの関係も大事なことです。弊社においては、会社の行動理念と自分の実際の行動を照らし合わせて「本当に自分は会社の行動理念に沿って行動できているのか」ということを確認することも、前の社長から引き継いで大切にしております。

それから、「非日常と日常」というお話がありましたが、もしかすると、非日常のほうが華々しいことが多いでしょうから、非日常のほうが人も協力してくれやすいのではないかな、と感じているのですが、そもそも「日常のことなのか、それとも非日常のことなのか」ということだけが大事なのではなく、日常と非日常の交互の関係性こそが大事なのではないでしょうか。少し話が逸れますが、私は建築学科出身ですが、自分で空間をつくるのが大の苦手です。ですが、今の会社に入った後は「こういった景色ができるといいだろうな」ということで、自分の頭の中で空間のイメージをつくるが多くなってきました。要は、たとえば「人のこういった仕草が素敵だな」ということでもいいのですが、そういった素敵なイメージをまちの中から 10 個や 100 個見つけていくことが日常になって積み重なっていくと、よりいいまちになるのではないかな、と思いながら常に行動しているわけです。そういった意味では、10 個なのか、100 個なのか、1000 個なのかはわかりませんが、おそらく高山さんならば素敵なイメージを数多く見つけられるのではないかと思いますから、そういったことを書き出していくと、丸の内の素敵な日常と非日常が繋がっていくのではないかと思います。

園田氏：

先ほど KPI の話をとぼしてしまいましたので、今の話に絡んで、私からもお話をさせていただければと思います。今の内川さんの話はまさにおっしゃる通りだと思いましたが、財源や KPI についての話は本日会場にいらっしゃる先輩方のご研究も含めて長年研究されてきている話ですから、すぐに新しい視点が出てくることはないのではないかと感じています。そういった意味では、ある 1 つの事象を切り取ったときに、「どのようにすればこの 1 つの事象自体に様々な多面的な価値を見出すことができるのか」という見方をすることも大事なのではないでしょうか。具体例を出しますと、公民連携であるまちの駅前に中高生が多く来るような広場をつくったことがありました。結果、特に若い女性たちが来ている広場で、踊りながら TikTok や Instagram の動画を撮影しているような広場になったのですが、「子供たちの放課後の居場所」という観点で見ると若い子が集まる場所自体が大事なのではないか、と思っています。そうした取り組みの評価を測るために毎年周辺のステークホルダーの方に対してヒアリングをしているのですが、20 代前半向けのテナントがある施設の役員の方に「あなたの施設にとってどういった価値がありましたか？」と聞いたときに、「今の若い世代の子たちはうちの施設に買い物をしに来ることはありませんが、3、4 年して大学生くらいになった頃には、今のキーテナントになっているテナントさんのメインターゲット層になってくるはずですよ」と答えていただいたことがありました。いざターゲットの子たちが大人になってお金を持ったとし

ても、当然エリア間の競争がありますから、本当にそちらの施設でものを買ってくれるのかという簡単ではありません。ただ、「高校生の頃から、放課後にまち中で過ごしていて、友達と喋りながら動画を撮ったりしていた、という習慣が身につくと、その流れのまま大きくなってまちに来てくれて、うちの施設の店舗で買ってくれることもあるのではないか」というお話をされていて。直近の顧客にはならないわけですから、正直、施設としてそうした広場に直接投資することはできないわけです。しかし、将来を見据えれば、まずは公共側が投資をして民間のエリアマネジメント組織と一緒に広場やまちで過ごす習慣をつくっていくことは、ある種3~5年後の顧客創造に対する投資になりますから、「マーケットを新しくつくる」という説明ができるわけです。そのような意味で「行政にもエリアマネジメントをしてきている方にも感謝しています」というご意見をいただいたことがありました。ですから、私たちだけが指標を切り出して「こういった価値があります」と言うのではなく、1つの事象を見たときに、「私としてはこういった価値があると思っているのですが、あなたはこういった価値があると思われていますか？」ということをやより多く見つけていくといいのではないかと考えております「何らかの絶対的な正解がある」というよりも、同じ1つの事象も地域やエリアによって見方が違うため、「このまちにとってはこういった価値を持ち得るか」という議論が大事になるのではないかと思います。

山中氏：

そういったことは事務局側や社内側のみで考えてしまいがちなことかと思いますが、やはり実際に施設の方に聞かなければわからないこともあるかと思いますが。そういった意味では、園田さんはきちんとそういったやり取りもステークホルダーの方とされているということで、丁寧にやっちらっしゃるのだな、と感じました。

園田氏：

そもそも、コンサルタントの強みとして、良くも悪くも怒られ役にもなることができる、というところがあるわけです。ですから、実際は「うちには関係がないから聞きに来ないでほしい」というステークホルダーの方もいらっしゃるのですが、そういった飴と鞭をいただきながら「この人にはこういったものが響くだろうか」ということを探すことは、ある種、第三者的立ち位置の人がいるということのメリットになるのかもしれない。

内川氏：

今の園田さんの話で思い出したのですが、ヒアリングの話でいいますと、「事務局の人が言っていることがわからない」という方もいらっしゃいますから、「人それぞれの立場や背景に合わせる」といいますか。皆さん理解しているレベル、立場や背景が違いますから、長年の活動の中で、「相手のことを思いやりながら話すということが大切なのではないかな」ということは常に思い続けています。

山中氏：

ありがとうございます。それでは、答えになっていたかどうかを確認したいのですが、いかがでしょうか。

金井氏：

ありがとうございます。実は2年前に、私が所属するエリアマネジメント団体の若手メンバーを集めて「一緒に社会実験を考えませんか」という呼びかけをしたことがあるのですが、上手く主導

することができなかった経験があり、自分としては反省しているところがありました。今後は、まずは自分から「楽しい」ということを伝え続けていながら、エリアマネジメントに関わる方々に対して、「どういった立場の方がどういった想いで関わってくれているのか」ということをしっかりと見ていきたいと思えます。

高山氏：

ありがとうございます。すぐにでも実践したくなるような勉強になるご回答をいただき、嬉しく思います。まず、園田さんがおっしゃっていた「未来の顧客層になるかもしれない」ということについては、私が無意識の内に「将来はこういうふうになっていくといいな」と思ってエリマネ活動に取り組んでいた想いを言語化していただいたのではないかと考えております。たとえば、私は今、子供向けのイベントを担当しておりまして、丸の内に来てくれた子供たちに「将来丸の内働きたい？」と聞くと、最後に「働きたい」と言って帰ってくれているのですが、そういった子ども達が未来の丸の内繋がる、といいますか。今私が進めている企画が「将来丸の内働きたい」という接点になるとすると、私の仕事には意義があると感じられるのではないかと感じました。それから、内川さんがおっしゃっていた「空間を創造する」という話はまさに私も同じ考えです。私も常に頭の中で「こんなことになったらいいな」「こんなことをしていきたいな」ということを考えているのですが、今までは「ここで言ってしまってもいいのかな」という心のストッパーがかかってしまっていた部分もありました。これからは間違ってもいいから、頭の中の妄想も発言していきたいと感じました。ありがとうございました。

山中氏：

素晴らしい宣言をありがとうございました。続いて、もう1つ宣言していただきたいことがあるのですが、本日のお話も踏まえ、今後のAMU35の活動に対する意気込みを金井さんから熱く語っていただければと思います。よろしくをお願いします。

金井氏：

まず、本日はこのような素晴らしい会を開いてくださり、誠にありがとうございました。このような素晴らしい会場に登壇できたことを光栄に思います。AMU35が発足して約3年経ちましたが、これまでの活動を振り返りますと、事例紹介や悩みの共有など、エリアマネジメントを学ぶ機会として非常に貴重な場になっているのではないかと感じております。メンバーミーティングやフィールドワークの参加者からも、同じように「AMU35が貴重な場になっている」というご意見もいただき、非常にいい役割を担うことができていると感じています。一方で「本当に情報や悩みの共有だけでいいのか」という意見も聞いており、たとえば、「アウトプットの場がない」「もう少しプランニングをしたい」といった意見も出てきています。そのため、これからは、AMU35のあり方をもう一歩進めていくことができればと思っています。たとえば、「フィールドワークの中で、ケーススタディとしてプランニングをするような場を設ける」、「年間に1つでもいいので、『エリアマネジメントの意義とは』といったテーマを選定・検討し、成果を総会で発表する場を設ける」などがあるかと思えます。情報や事例共有の場で終わるだけでなく、今後はもう少し実践的な学びができる場になっていくと、若手研究会としての意義も深まっていくのではないかと考えています。また、そういった場をラフな関係性の中で続けていきたいと思っておりますので、全国エリマネ会員の皆様、ぜ

ひ若手メンバーを AMU35 に送り込んでいただけければと思います。本日は、ありがとうございました。

内野氏：

最後に素晴らしい宣言をありがとうございました。私たちはすでに AMU35 を卒業してしまいましたが、現 AMU35 のメンバーの皆様のフレッシュで前向きなお話を聞いておりますと、今の私たちは様々な言い訳をつくって、「このまちが好きだ」ということをそれほど考えていなかったのではないかと感じ、猛省いたしました。もしかすると、そういった気持ちから様々なしがらみができていった結果、モデレーターとして堅くなってしまったのかもしれない。最後に、本日ご登壇いただいたお2人から、一言ずつ感想をいただきたいと思います。

中嶋氏：

Zoom 参加の方から質問を1ついただいておりますので、締める前に、そちらの質問にお答えいただければと思います。おそらくこちらの質問をされた方もエリアマネジメントに係わっていらっしゃる方かと思います。「担当者である私は普通の人間ですから、日々のモチベーションに波が生じてしまいます。波が低いときはそれとなくやり過ごすようにしているのですが、エリアマネジメントの逆風に負けそうになってしまうときもありますので、モチベーションが低いときの過ごし方を教えてください」というご質問です。実際、「エリアマネジメントはそれほど稼げない」といった逆風もありますし、私たち自身もそういったことを感じることもあります。そのときの過ごし方についてアドバイスをいただきたい、ということですので、ご回答いただければと思います。

内川氏：

モチベーションが上がらないときは、そのことを考えないように避けておいて、とにかく美味しいご飯を食べに行きます。

中嶋氏：

内川さんはそれとなくやり過ごしているということで、質問をされた方と同じということですね。

園田氏：

私も無理にモチベーションを上げる術は持っていませんから、似たような回答になってしまいますが、先ほどの話の中にもありましたように、まちの飲食店の方にお話を聞きに行く、という方法も1つあります。やはり、ステーキホルダーの企業さんの集まりの中では「自社の事業に対して経済的なリターンがあるか」ということばかり見られてしまいがちですが、「自分は誰のメリットにもなっていないことを進めているのだろうか」と思ってしまうとテンションが下がってしまいますし、「そもそも、仕事として活動する意味があるのだろうか」とも思ってしまう。そういったときに、昔一緒に付き合ってくださった方のところへ行って「お久しぶりです」と言うと、「まだ頑張っているんですね。うちの会社はあなたのところの活動で助かっているの、来年もクビを切られずにうちの街にいてくださいね」と言っただけで慰められる、といえますか。そうしますと、少なくとも「この人は私の活動に価値を見出してくれているんだ」と感じて、「土日は寝て、週明けから頑張ろう」というふうに思えるようになります。

中嶋氏：

ありがとうございます。最後の一言を振っていただいたにも関わらず、質問を入れてしまい、申し訳ございません。このまま最後のメッセージをいただければと思います。

内川氏：

改めまして、本日はありがとうございました。若手に限らず、こういった交流をする場は、どのような年代にもあったほうがいいだろうと感じました。山中さんと内野さんは AMU35 を立ち上げて、すでに卒業されたわけですが、おそらく、寂しく感じられているのではないのでしょうか。そういった意味では、9 期からは全国エリアマネジメントネットワークの本体としても交流会を開催していく、というお話がありました。改めて、私もそういった交流の場に進んで参加して、全国の皆さんとお話してみたいと感じました。また、おそらく多くの方は「エリアマネジメント」という言葉を知らずに携わっていらっしゃるかと思いますが、そもそも私自身も「エリアマネジメント」という言葉をまったく知らない状態で仕事を始めたように、エリアマネジメント業務のすべてに専門性が必要になるわけではありません。本日のお話を伺っていても、皆さんお立場が違いますし、進められていることも別ものでしたが、今後は、そういった違いも楽しみながら業務に携わることができるというのではないかな、と感じました。ありがとうございました。

園田氏：

改めて、本日はありがとうございました。稀に見る荒天の中、会場まで来ていただいた方に対しても、やむなくオンラインでの参加になってしまった方に対しても、ここまでお付き合いいただいたことを、非常に嬉しく思っております。「エリアマネジメントには価値がある」ということは皆さんも感じていらっしゃると思いますが、実際に公務扱いで視察に行くこともできて、こういった立派な会場でシンポジウムも開催できるということで、少なくとも、これだけ大きな投資があるテーマであるということは、間違いないと思っております。また、私自身はもはや若手ではありませんが、本日は若手にバトンを渡してくださった先輩たちもいらっしゃいます。全国エリアマネジメントネットワークの今の取り組み自体は、そういった先輩方が研究論文発表会などで日本なりのロジックと手法を整理されてきたという功績の上で成り立っているのではないかと思っております。一方、今後の話については絶対に現場に一番のヒントや可能性があると思っております。現場から新しい課題も出てくるからこそ、今までのロジックでは解けないことも起こり、そういった課題が解けたときに初めて次のステージに進めることもあるのではないかと思います。そういった意味では、私たちは先輩たち功績のうえで活動をさせていただいているわけですが、私たちも先輩方のように貢献していくために、先ほど金井さんがおっしゃっていたように、ぜひ今現場で感じていることを共有するだけでは終わらせず、共有化できるものはできる限りロジック化していき、研究として客観性を持ったかたちに定着させていただきたいと思っております。

ただし、当然現場の中ではそういったことを共有モデルとして展開していても解けない課題がいくらかでも出てきますから、次の世代の方達の新しいフィールドになっていくという意味では、現場の最前線にいるのは常に若手の人でなければいけません。たとえば私がいまさら現場の先頭に立ったとすると、どうしても昔の自分なりのロジックで向かってしまうわけですが、そういった昔のロジックが当てはまらない問題が起きたときに「どうしよう」というふうに悩んでしまうわけです。そういった意味では、昔のロジックにとらわれない若い世代の方々の価値というものは、私たちがどれだけお金を積んだとしても絶対に手に入らないものですから、若い世代の方々の考え方も大事にさせていただきつつ、先輩方からいただいたような価値を提供していただければと思ってお

ります。私だけ会員でもないのに偉そうなことを言ってしまいました。申し訳ありません。いずれにせよ、本日は素敵な場になったのではないかと思います。ありがとうございました。

内野氏：

内川さん、園田さん、ありがとうございました。それでは、以上でセッション 2 を終了とさせていただきます。改めて、本日ご登壇いただいた実践者のお 2 人と AMU35 の 4 人の皆様に、拍手をお送りいただければと思います。

【閉会挨拶：全国エリアマネジメントネットワーク会長 出口敦氏】

皆様の非常に熱心な議論に聞き惚れておりました。頭の中で様々なことが巡り、私なりの答えを見つけようと思いを巡らせており、司会の方から閉会の挨拶と言われるまで、閉会の挨拶をすることを忘れておりました。改めまして、私が先ほどまで考えていたことを共有させて頂き、閉会の挨拶に代えさせていただければと思います。

まずは、本日の総会から参加していただいている会員の方々に感謝を申し上げたいと思います。本当にありがとうございます。

総会後のシンポジウムは2部構成でしたが、第1部では、『インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール』の著者である飯田美樹さんにご講演をいただき、後藤さんと中さんにもご登壇いただきまして、3名でトークをしていただきました。ありがとうございました。それから、後半の第2部では、内川さんと園田さんをメンターとしてお迎えし、AMU35のメンバーとOBOGの方々にご登壇いただき、今、現場で抱えている悩みを皆様に共有していただきました。私としては、非常に有意義な時間を皆様と一緒に過ごすことができたのではないかと感じております。本当にありがとうございました。

飯田美樹さんは、約6年前になりますが、東京大学にご所属されていた際に、「カフェで語り合う会であるUTalkという会で話してもらえませんか？」というお声がけをしてくださった時以来存じ上げておりました。当時の私は東京大学でそういったイベントが行われていることをまったく知らなかったのですが、実は、東京大学の学術の権威の象徴である本郷キャンパスの赤門の隣にカフェがあり、普段は大学の関係者が飲食で使用する場所なのですが、飯田さんのUTalkのときは、周辺の居住者の方々や、東京大学とはそれほど関係のない方が各地からいらしていました。実際に私もケーキを食べながら様々な人と議論をさせていただいたのですが、大学のキャンパスの一角で、いわゆる学術的なことを議論するのではなく、日常的な観点でトークをするような場になっていたことが印象に残っています。

当時の私はまだ認識していなかったことなのですが、一言で「カフェ」と言っても様々なタイプがあり、キャンパスの中にも日常的なカフェをつくることを、そのとき改めて認識いたしました。

それから6年経ち、飯田さんが『インフォーマル・パブリック・ライフ 人が惹かれる街のルール』というご著作を刊行されましたが、実はそちらの本が出版される前に飯田さんにコピーが届き、「書評を書いてください」とお願いの連絡を頂きました。そのことが本日のシンポジウムにつながっております。

本日もご著作の内容の一部を紹介いただきながら、飯田さんが話しをしてくださいましたが、最初のスライドの中で、「人間というものは3つの場で構成されている」というお話がありました。1つ目は、「家庭」の一員としての「家族」という場で過ごしている、というお話でした。2つ目は「ワーカー」として、主にオフィスなどの働く場所で過ごしている、というお話がありました。それから、3つ目が「インフォーマル・パブリック・ライフ」であるということですが、現代の人間という生き物は、1人の人として過ごすことができるような場がないのではないかと、というお話でした。

そういった意味では、本来の「都市」というものは、生き物として、あるいは1人の人として過ごすことができる居場所を提供するものであると思っていますのですが、飯田さんの本は、「そういったものを見出すことができなかつた」というところから始まっているわけです。そうしますと、エリアマネジメントを進めている私どもは、そういった場所をつくり、提供していく役割でもあることに気づきました。本日のセッション1は、後藤さんのコーディネートによる中さんとの議論はそういったことを改めて認識させられるセッションだったと思います。

それから、先ほど後藤さんのスライドの中で提示していただきましたが、飯田さんが提唱されている「インフォーマル・パブリック・ライフをまちの中でつくっていくうえでの7つのルール」というものは、もしかすると、エリアマネジメント団体が進めていることなのではないかと感じております。

要は、エリアマネジメント団体は歩く場所やカフェといった場所をつくっているわけですから、7つのルールには則っているわけです。ただし、「インフォーマル・パブリック・ライフとしての場を提供する」という意味では、7つのルールは必要条件ではありますが、十分条件ではないとも思いました。そうして考えてみると、本日の前半の話に対する1つの大きな結論として、「8番目や9番目のルールを各々のまちが見出してつくりだしていかなければいけない」といったメッセージでもある、と思った次第です。

また、後半のセッションに登壇していただいたAMU35のメンバーの方々はそういった8番目や9番目のルールをつくりだすために日々悩みながらお仕事をされているのだとも言えます。そのように、本日のシンポジウムの2つの構成がつながっているように思いました。

それから、後藤さんからの問題提起として「エリアマネジメントとはいったい何なのか」「エリアマネジメントをどういうふうに理解していけばいいのか」ということがありましたが、後藤さんご自身が、「エリア」というものを「プレイス」というものに置き換えて答えを導き出そうとしていらっしやいました。また、「マネジメント」というものは「管理」という言葉に訳されやすい言葉ですが、実は「計画」という幅広い概念であるということで、エリアマネジメントという概念を因数分解し、皆さんが進めようとしていることを、非常にわかりやすく説明していただけたのではないかと考えております。

一方、小林先生が前にいらっしやる中、なかなか言いにくいところもあるのですが、私の理解は少し違っておりまして、「私自身はエリアマネジメントをどういうふうに理解しているのか」ということについて共有させていただきたいと思っております。

小林先生は私の出身大学の学科の大先輩でもありまして、都市計画の分野の研究者としても大先輩なのですが、私が大学院生だった1980年代頃から学会で様々なコメントをいただきました。私が大学院生として学会で拙い発表をした後にも私のところに来ていただいて、様々なご批評やご意見をいただいたこともございました。それから、小林先生は1990年代に入って多くのご著作を刊行されているのですが、その頃のテーマは、官と民が連携しながらつくりあげていく「協議型まちづくり」でした。今でいうと公民連携ということになるのかもしれませんが、私は当時から小林先生の本を通じ、協議型まちづくりというものを勉強させていただいておりました。

その後、2000年代に入り、小林先生が「エリアマネジメント」という概念を打ち出し、皆さんで都市をつくり、育てる場としてのエリアマネジメントとそのネットワークをつくられましたが、私

としては、小林先生が主導されてきた 1990 年代からの議論がベースにあり、「協議型まちづくり」というものが実際に具体的になってきたものがエリアマネジメントである」という理解をしております。小林先生からは「違う」と言われてしまうかもしれませんが、私としてはそういった理解をしている、ということです。

1990 年代以降の日本の都市計画は大きく変貌してきたと思いますが、小林先生はまさにその変貌の中心にいらっしゃいました。といいますか、むしろ変貌を自らリードされてきた先生だかと思っております。ですから、本日で会長は退任されるということですが、私から小林先生にお聞きしたいことはまだ数多くございますので、引き続き勉強させていただきたいと思っておりますし、これからもエリアマネジメントネットワークについて様々なご助言をいただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

それから、総会の中で小林先生がお名前を挙げられていて、第 2 部の中でもお名前が挙がりましたが、残念ながら、3 年前にお亡くなりになられた保井美樹先生について、お話をさせていただきたいと思っております。おそらく、保井美樹先生がご存命であれば本日のこの場に立たれていたのではないかと思います。私は保井先生とは 20 年来懇意にさせていただいておりました。最初にお会いしたのは、私が福岡の九州大学に勤めていた 2005 年頃でした。保井先生のご実家が福岡県の古賀市にあり、また後藤さんと NPO 法人を主催されていたこともあり、福岡によくお越しになっていたのだと思います。その頃から懇意にさせていただいていたのですが、当時の保井先生は、ファイナンスや財源も含めて、小林先生が培われた考え方を一所懸命方法論としてかたちにしようとされていました。

また、様々な実践が進んで経験が積み重ねられていく中で、「自分の経験値を皆さんに共有できるようにしたい」ということで、若い方を集めて海外視察に行き、議論をする場もつくられていました。そういった素晴らしい活動をされていた保井先生が亡くなられたことは非常に残念なことではありますが、皆様にできる限り保井先生のご意思を引き継いでいただけるようなサポートをしていきたいと思っております。本日の第 1 部で飯田美樹さんにご登壇いただきましたが、私は飯田美樹さんと保井美樹さんという 2 人の美樹さんに支えられて本日の場に立っているのではないかと思います。

まとめますと、非常に悩ましいところですが、本日は「悩む」という言葉が一番のキーワードになったのではないのでしょうか。やはり、「まちとは何なのか」「エリアマネジメントとはどうやって進めていくものなのか」ということは、すぐには答えが見つからない問題と思っておりますし、そもそも、模範解答のないものなのではないかと思います。私は「悩む」ということは 1 人でやってはいけないことだと思っておりますので、「皆さんが悩む場をつくり、議論をすることで答えを導き出していく」ということが、エリアマネジメントネットワークという組織のあり方の 1 つなのではないかと思います。

新しい答えが見つかったとしても、時代が変わり、人間が歳をとっていく度に新しい悩みは出てくるわけですから、皆さんで議論をして答えを探し続けるということが、エリアマネジメントネットワークという場所の意味だと思います。ですから、決して答えを出さないというわけではなく、答えを出したうえで、新しい悩みが生まれたときにまた次の答えを見つけ出していく場所こそが、私どものネットワークなのではないのでしょうか。

本日のシンポジウムは、改めてエリアマネジメントネットワークの活動を見つめ直すきっかけになったわけですが、「悩む」ということを通じて物事が進化する場所にしていきたいと思います。皆様にもぜひ末永くお付き合いいただき、活発な活動を通じて、日本のエリアマネジメントを広めていただければと思っております。長くなりましたが、「新会長は話が長い」という批判をされないようにしたいと思っております。

本日は長時間、本当にありがとうございました。皆さんと一緒に貴重で有意義な時間をご一緒できたことを、嬉しく思います。関係者の方々にお礼を申し上げまして、私の閉会の挨拶に代えさせていただきますたいと思います。